



# UNIVERSIDAD AMERICANA

## SEMINARIO DESARROLLO DE EMPRENDEDORES



### XV MUESTRA EMPRESARIAL

## IUS Learning S.A.



Elaborado por:

Gloria Berrios Benavides

Tatiana Morales Toval

Enoc Ortega Domínguez

Eliette Sánchez Ruiz

Diplomacia y Relaciones Internacionales

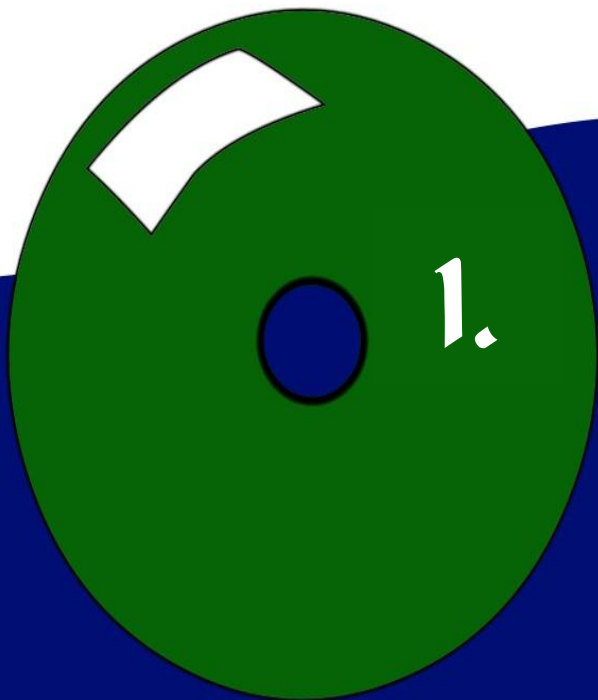
Tutor: Msc. Carlos Vega Cruz

Managua, Julio 2010.

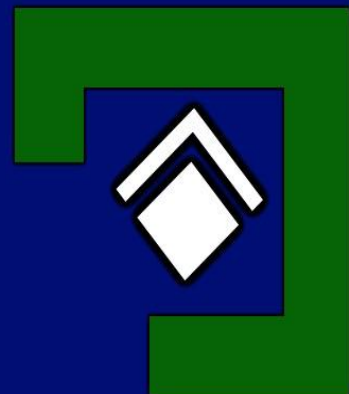


# Ius Learning, S.A.

Lectura Digital



## Resumen Ejecutivo



## 1. Resumen Ejecutivo

Las Ciencias Jurídicas es una de las principales opciones profesionales en el ámbito académico nicaragüense; por tanto, se requiere una bibliografía básica completa, actualizada y de fácil acceso para su estudio y ejercicio. Considerando las limitaciones físicas de los textos y el precio total en la adquisición de todos los libros, **IUS LEARNING** se convierte en la fuente de información confiable para estudiantes y profesionales, quienes obtendrán el acceso inmediato a los textos Jurídicos, empleando los medios tecnológicos utilizados en la vida profesional de hoy en día, lo cual representa una disminución significativa en los costos bibliográficos.

**IUS LEARNING, S.A.** es una empresa que se encarga de suministrar un servicio dirigido al sector industrial de educación. Dedicada a la venta de libros digitales formato CD para estudiantes y profesionales de las Ciencias Jurídicas, además de actualizaciones y mantenimiento de dicho software. Convirtiéndose en un producto digital novedoso e innovador de rápido acceso y fácil manejo.

Nuestro servicio garantiza el suministro de textos jurídicos digitales adaptados a los pensum académicos de las principales facultades de Ciencias Jurídicas de las universidades con mayor tradición y prestigio en el campo del Derecho. Se incluyen reconocidos autores nacionales e internacionales.

El diseño del software está concebido de tal manera que el usuario pueda operar, comprender y utilizar el programa sin mayor dilación. Se trata de un diseño interactivo, novedoso y llamativo, permitiendo el acceso de manera inmediata y eficaz a la Biblioteca Jurídica Digital.

La adquisición del servicio representa una disminución de hasta el 400% de la inversión promedio que realizan los estudiantes y/o profesionales de las ciencias jurídicas en la compra del material de aprendizaje y estudio.

La empresa se establecerá como una sociedad anónima y será integrada por 6 empleados, por lo tanto se considera una microempresa, contará con el siguiente organigrama:



La mayoría de los puestos serán desempeñados inicialmente por los mismos accionistas o socios, quienes serán los fundadores de la empresa. Se contará con la asesoría de un contador público certificado y de un programador, quienes desempeñaran sus respectivas especialidades en la empresa.

Se realizó una investigación de mercado a fin de identificar la demanda potencial de la BJD. Se determinó que en corto plazo la empresa podrá vender 840 unidades, a mediano plazo 1786 unidades, y en el largo plazo 2146 unidades. El precio será de \$50 dólares.

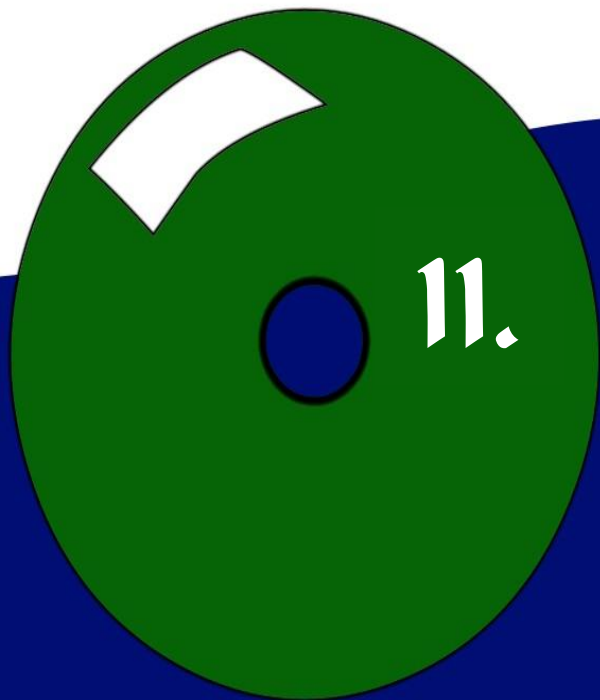
Las proyecciones de **IUS LEARNING, S.A.** demuestran que es una empresa económicamente segura y operacionalmente eficiente a cualquier plazo, puesto que al finalizar el primer año se consigue un 59% de rentabilidad por el ingreso de las ventas después del pago del IR. Para conseguirlo, al iniciar operaciones es necesario acceder a un préstamo bancario de \$1400 a un plazo de doce meses, y un aporte capital de \$6600 en partes iguales por los cuatro socios.

Acorde con el nivel de ventas expuesto así como con los costos y el precio de venta indicado, se generaría un flujo efectivo positivo desde el primer año de operaciones. Al finalizar el primer año se proyecta una utilidad retenida de 6,370.65. La razón de liquidez, por otro lado, es de 6.9, lo cual refleja que **IUS LEARNING, S.A.** contará con suficiente capacidad para pagar pasivos en el corto plazo. Al clausurar el primer año, el 89% de la empresa de **IUS LEARNING** le pertenece a los socios.



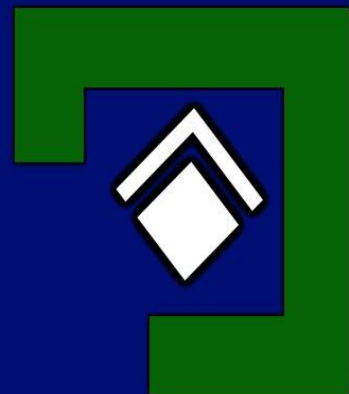
# Ius Learning, S.A.

Lectura Digital



11.

## Naturaleza del Proyecto



## 2. Naturaleza del proyecto

### 2.1. Introducción

#### 2.1.2. Proceso creativo para determinar el proceso de la empresa

La tabla siguiente muestra las opciones de productos y/o servicios tomados en cuenta luego de su discusión entre los miembros del proyecto.

Producto o Servicio	Características	Necesidad o problema que satisface
<b>Adoquín de Adobe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiales de construcción de bajos costos y frescos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abaratar costos para la construcción de viviendas sociales.</li> </ul>
<b>Organización de Eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveer servicios completos para organizar todo tipo de eventos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evitarle al empresario el uso innecesario de sus recursos en la planeación de sus eventos.</li> </ul>
<b>Empresa Textilera (Corte y Confección)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corte y confección de ropa buena, bonita y barata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar al sector textilero a nivel nacional.</li> </ul>
<b>Empresa de Envíos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envío de todo tipo de carga en el territorio nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportar de manera eficaz y eficiente encomiendas de empresas y población en general.</li> </ul>
<b>Biblioteca Jurídica Digital</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliografía básica para estudiantes y profesionales de áreas jurídicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminución de costos y lograr el acceso a los textos necesarios de las ciencias jurídicas.</li> </ul>
<b>Transporte colectivo para mujeres</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rutas urbanas dedicadas a transportar a las mujeres de la ciudad de Managua.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer seguridad a las mujeres en el transporte urbano colectivo.</li> </ul>

Los proyectos potencialmente desarrollables y con mayor rentabilidad son: la Biblioteca Jurídica Digital y la Empresa de Envíos, debido a que ambas satisfacen una necesidad evidente en el mercado nicaragüense.

#### 2.1.3. Evaluación del Proyecto

A continuación, dichos productos y/o servicios fueron evaluados, considerando varios criterios, que no nos permitió decidir el mejor proyecto. Los resultados se reflejan en la siguiente tabla.

Ideas - criterios	Nivel de Innovación	de Mercado Potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento del Capital	Total
<b>Adobe</b>	1	2	1	5	9
<b>Eventos</b>	3	3	3	3	12
<b>Textil</b>	1	2	2	5	10
<b>Envíos</b>	4	4	3	5	16
<b>Bibliografía</b>	5	4	5	3	17

Transporte	5	5	3	5	13
------------	---	---	---	---	----

**Nota: Evaluar de 1-5 donde 5 implica que cumple más satisfactoriamente con el criterio evaluado.**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la evaluación, el proyecto con mayor puntaje fue la Biblioteca Jurídica Digital (BJD), dado que es un servicio altamente innovador, con un gran mercado potencial, y encontramos suficiente información técnica y el capital requerido no es tan elevado, por tanto éste fue nuestro proyecto elegido.

#### 2.1.4. Justificación de la Empresa

Las Ciencias Jurídicas es una de las principales opciones profesionales en el ámbito académico nicaragüense; por tanto, se requiere una bibliografía básica completa y actualizada para su estudio y ejercicio. Considerando las limitaciones físicas de los textos y el precio total en la adquisición de todos los libros, **IUS LEARNING** se convierte en la fuente de información confiable para estudiantes y profesionales, quienes obtendrán el acceso inmediato a los textos Jurídicos, empleando los medios tecnológicos utilizados en la vida profesional de hoy en día, lo cual representa una disminución significativa en los costos bibliográficos.

#### 2.2. Nombre de la empresa

Una vez elegida la empresa, el siguiente paso a seguir es la elección del nombre. Haciendo uso de tabla, se procedió a identificar los posibles nombres tomando en cuenta varios criterios de evaluación, mostrado a continuación:

Nombre	Descriptivo	Original	Atractivo	Claro	Significativo	Agradable	Total
Juris Library	5	4	4	4	5	3	25
Ius Reading	3	4	3	4	4	3	21
Ius Access	4	5	5	4	4	3	25
Ius Learning	4	4	5	4	5	5	27
Biblioteca Jurídica Digital	5	3	1	5	5	3	22

Concluimos que el nombre más apropiado para la empresa, puesto que reúne la mejor combinación de características favorables, lo constituye **IUS LEARNING**. “Ius” palabra Griega que en el castellano significa “Derecho”, siendo un vocablo reconocido por los estudiantes y profesionales de las ciencias jurídicas, y “Learning” palabra del inglés que en el castellano significa “Aprendiendo”, lo cual al final nos da una combinación de: “Aprendiendo Derecho” o “Ius Learning”.



## 2.3. Descripción de la empresa

---

### 2.3.1. Giro de la empresa

**IUS LEARNING, S.A.** es una empresa que se encarga de suministrar un servicio dirigido al sector industrial de educación. Dedicada a la venta de libros digitales para estudiantes y profesionales de las Ciencias Jurídicas, además de actualizaciones y mantenimiento al software. La empresa creará una nueva manera de almacenamiento y distribución de la información de los docentes para los estudiantes necesaria en la sociedad nicaragüense.

### 2.3.2. Ubicación y tamaño de la empresa

- **IUS LEARNING** es una empresa que será integrada por seis empleados, por lo tanto, es una microempresa.
- **IUS LEARNING** se localizará del portón Principal del Cementerio Oriental una cuadra al norte, Managua, Nicaragua.

## 2.4. Misión

---

Ofrecer una fuente de información básica de apoyo para el aprendizaje y fortalecimiento de los conocimientos de profesionales y estudiantes en el área de las Ciencias Jurídicas, a través de un producto digital novedoso de rápido acceso y fácil manejo.

## 2.5. Visión

---

**IUS LEARNING** es una empresa que ofrecerá un producto digital, el cual se caracteriza por la innovación en el sector educativo para optimizar el aprendizaje y el conocimiento de las ciencias jurídicas y carreras afines.

## 2.6. Objetivos

---

### 2.6.1. Corto plazo

- Introducir el nuevo producto **IUS LEARNING**, con lo cual se espera abastecer por lo menos el 17.6% de nuestro segmento de mercado.
- Darnos a conocer por medio de publicidad, que incluirá periódicos universitarios e internet, ante la comunidad universitaria de Managua.



### **2.6.2. Mediano plazo**

- Promocionar el producto **IUS LEARNING** en todas las Universidades donde se imparten la carrera de Derecho y en los bufetes jurídicos en Managua para proveer nuestro servicio al 37.4% de nuestro segmento de mercado.

### **2.6.3. Largo Plazo**

- Pretendemos posicionarnos en el mercado nacional colocando a **IUS LEARNING** en universidades y en bufetes jurídicos, cubriendo así el 45% de nuestro mercado potencial.

## **2.7. Ventajas competitivas**

---

### **2.7.1. Información actualizada**

- Se garantiza el suministro de textos jurídicos digitales adaptados a los pensum académicos de las principales facultades de ciencias jurídicas de las universidades con mayor tradición y prestigio en el campo del Derecho. Se incluyen tanto autores nacionales como internacionales.

### **2.7.2. Resultados efectivos**

- Con el software se accede de manera inmediata y eficaz a la Biblioteca Jurídica Digital.

### **2.7.3. Fácil manejo**

- El diseño del software está concebido de tal manera que el usuario pueda manipular, comprender y usar el programa sin mayor dilación. Se trata de un diseño interactivo, novedoso y llamativo.

### **2.7.4. Precio competitivo**

La adquisición de **IUS LEARNING** representa una disminución de hasta el 400% de la inversión promedio que realizan los estudiantes y/o profesionales de las ciencias jurídicas en la compra del material de aprendizaje y estudio.

## **2.8. Distingos competitivos**

---

**IUS LEARNING** basa su contenido en los pensum de las facultades de ciencias jurídicas de mayor renombre en Nicaragua, por tanto nuestro servicio comprende el otorgamiento de acceso a los textos completos de los autores más prestigiosos de las ciencias jurídicas tanto a nivel nacional e internacional, de una manera sencilla, interactiva, eficaz, y a bajo costo.

## 2.9. Análisis de la industria o sector

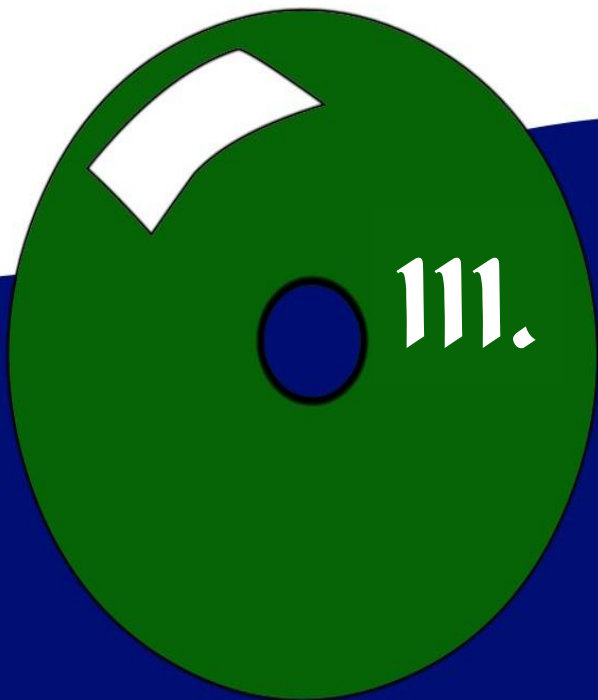
---

En consulta con Editoriales presentes en Nicaragua, estudiantes, profesionales, especialistas en Ciencias Jurídicas, y con los principales programadores y creadores de software de Nicaragua, hemos verificado la inexistencia y necesidad de un producto con las características que **IUS LEARNING** proveerá. Por lo tanto, concluimos que nuestro producto se encuentra a la vanguardia con los nuevos instrumentos utilizados a razón de las nuevas metodologías de aprendizaje.

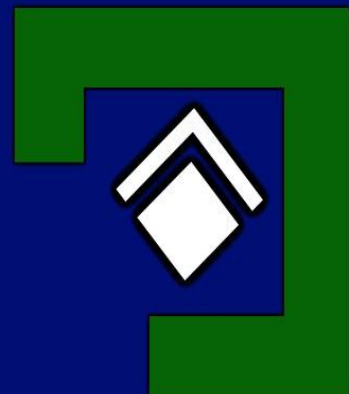


# Ius Learning, S.A.

Lectura Digital



## Mercado



### 3. Mercado

---

#### 3.1. Objetivos

---

##### 3.1.1. Corto plazo

- Introducir en el 17.6% de nuestro segmento del mercado el nuevo producto **IUS LEARNING** con ventas de 840 unidades en el período de un año.

##### 3.1.2. Mediano plazo

- Promocionar el producto **IUS LEARNING** en Universidades y bufetes jurídicos de Managua que representan el 37.4% de nuestro segmento del mercado y alcanzar ventas por el orden de 1785 unidades durante los siguientes 2 años.

##### 3.1.3. Largo Plazo

- Posicionarse en el mercado nacional colocando el producto **IUS LEARNING** en universidades y bufetes jurídicos ubicados en todo el territorio nacional, ampliando la oferta a profesionales del Derecho que representan 45%, con ventas por el orden de las 2146 unidades durante los posteriores 2 años.

#### 3.2. Investigación del mercado

---

##### 3.2.1. Tamaño del mercado

Los usuarios que constituyen nuestro mercado meta lo conforman estudiantes y profesionales con nivel socio económico medio/bajo y medio/alto. Éste mercado tiene las siguientes características:

- Proviene de las cinco facultades más prestigiosas en el desarrollo de las ciencias jurídicas.
- El mercado es aproximadamente de 5302 estudiantes y profesionales de las ciencias jurídicas.
- Estudiantes y profesionales con facilidad de acceso a las tecnologías modernas de comunicación (computadoras personales o de escritorio), en contacto directo con las redes sociales.
- Orientados a la continua búsqueda y actualización en sus respectivos ámbitos.
- Existencia de un posible mercado, constituido por estudiantes de carreras afines a las Ciencias Jurídicas.
- Clientes potencialmente con poder de adquisición.

El mercado total de nuestros clientes potenciales es de:

Segmentos del mercado <sup>1</sup>	
UAM	70
UNAN-MANAGUA	859
UNAN-LEON	1372
UCA	989
UPOLI	1262
BUFETES JURIDICOS <sup>2</sup>	750
TOTAL	5302

### 3.2.2. Consumo aparente

Las encuestas reflejan una gran aceptación de nuestro servicio expresado en que el 93% estaría dispuesto en adquirir el servicio de la BJD que ofrecemos, pero, la empresa basará sus proyecciones de ventas en el 90% del Mercado potencial.

- El número de usuarios finales es de aproximadamente de 4772 personas.
- El consumo unitario aparente por clientes es de 1 unidad.
- El consumo mensual aparente del mercado es de 70 unidades.

### 3.2.3. Demanda Potencial

#### 3.2.3.1. Corto plazo

- La empresa tendrá que cubrir el 17.4% del mercado potencial, con la introducción del servicios en universidades de Managua.

#### 3.2.3.2. Mediano plazo

- La empresa tendrá que cubrir el 37.6% del mercado potencial das las universidades de Managua y de bufetes jurídicos de Managua.

#### 3.2.3.3. Largo plazo

- La empresa tendrá que extenderse para abastecer la demanda del 45% de las facultades de ciencias jurídicas y bufetes jurídicos a nivel nacional.

### 3.2.4. Participación de la competencia en el Mercado

A continuación, se muestra 2 productos destinados a nuestro segmento de mercado, pero cuyo servicio es distinto al de **IUS LEARNING**.

<sup>1</sup> Véase Estadística de Educativas al 2008 del CNU

[http://www.cnu.edu.ni/index.php?option=com\\_content&view=article&id=91:estadisticas&catid=47:estadisticas](http://www.cnu.edu.ni/index.php?option=com_content&view=article&id=91:estadisticas&catid=47:estadisticas)

<sup>2</sup> Véase <http://www.poderjudicial.gob.ni/arc-pdf/caestadist09.pdf>

Nombre del competidor	Ubicación	Principal ventaja	Acciones para posicionarse
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Bibliografías Técnicas, S. A. (BITECSA)</b></li> </ul>	Managua	Tiene disponible, mediante acuerdo con La Gaceta Diario Oficial, las leyes y decretos que periódicamente se están publicando.	Garantiza actualización continua, asesoría en cualquier tema de investigación jurídica para estudiantes y profesionales.
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Biblioteca Jurídica Nicaragüense</b></li> </ul>	Managua	Contenido adecuado a la sociedad civil en temas de gobernabilidad democrática.	Colocarse en librerías de prestigio, forma parte del Programa Fondo de Apoyo a la Sociedad Civil para la Gobernabilidad Democrática en Nicaragua.

### 3.3. Estudio de mercado

#### 3.3.1. Objetivo del estudio del mercado

El objetivo del estudio del mercado es conocer la opinión de las personas acerca de nuestro producto, así como definir nuestros clientes potenciales. Es de suma importancia determinar las fuentes de información que más utilizan nuestro segmento de mercado y a la vez conocer sus satisfacciones al respecto.

Del mismo modo es imperativo establecer el precio justo que los consumidores están dispuestos a pagar por la BJD. Finalmente, reconocer los medios más apropiados para llevar a cabo nuestra campaña publicitaria.

#### 3.3.2. Aplicación de la encuesta

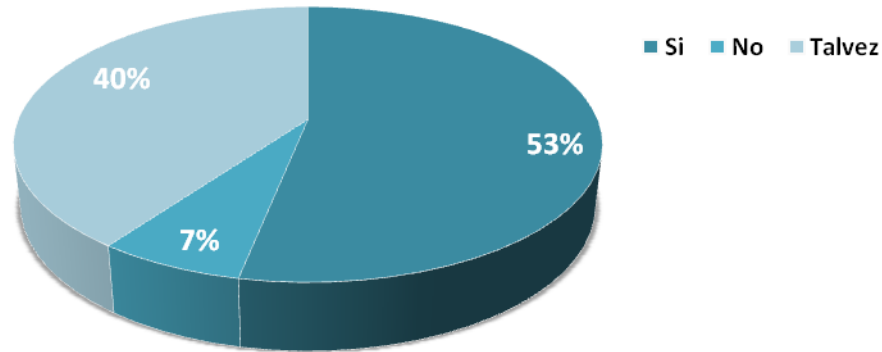
Aplicar correctamente la encuesta asegura que la información que se obtendrá es válida para los fines perseguidos. Se realizaron encuestas personales a los estudiantes de la carrera de derecho de la Universidad Americana (7) Universidad Centroamericana (97) y la Universidad Autónoma de Nicaragua-Managua (86) tomando una muestra representativa del 10 % de la población estudiantil, equivalente a 190 encuestas aplicadas.

Del total de encuestas realizadas y aplicadas por **IUS LEARNING**, se deriva que el 93% de los encuestados aceptaron el proyecto y comprarían el software.

#### 3.3.3. Resultados y conclusiones de la encuesta

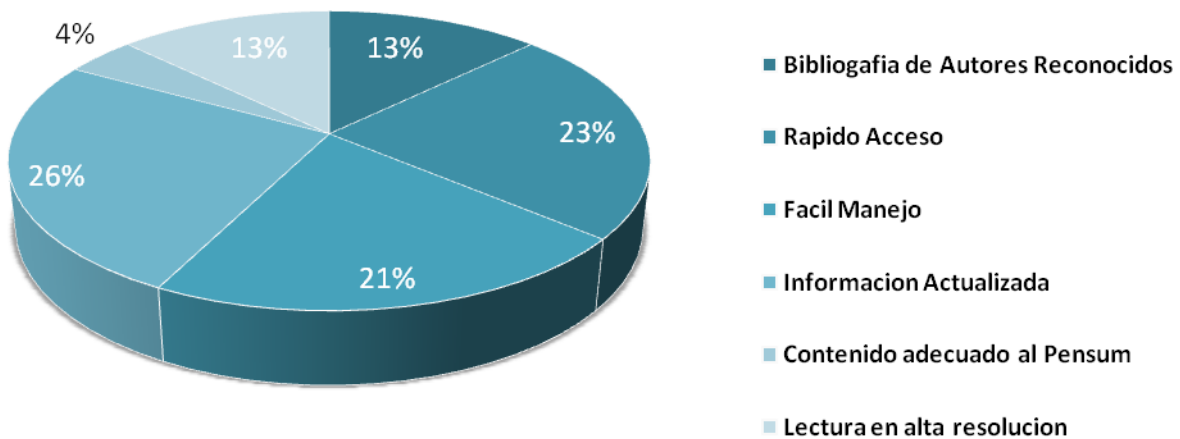
Los datos obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta al segmento universitario y profesional nos muestran que la aceptación de nuestro producto “**IUS LEARNING**” es de un 93% considerando que el 40% del segmento está en disposición de compra si y solo si es un producto que compile los documentos que cubran sus necesidades académicas y presupuesto.

Si se presentara un a Biblioteca Juridica Digital en formato CD conteniendo la bibliografia basica para consultar todas las materias de Derecho ¿estarias dispuesto a adquirirla?



A través de la aplicación de la encuesta hemos obtenido los siguientes resultados: Los estudiantes y docentes consideran que las características más importantes de nuestro producto son rápido acceso (23%), fácil manejo (21%), y principalmente información actualizada (26%).

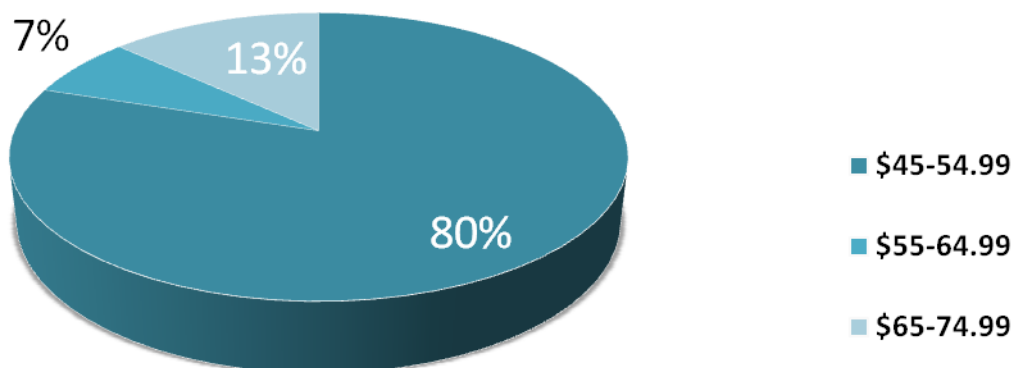
¿Qué características considera apropiadas en una Biblioteca Juridica?



El siguiente punto nos es un estimado de lo que pagarían los estudiantes, docente y profesionales de las Ciencias Jurídicas: el resultado que se obtuvo es el siguiente:



¿Cuánto pagarías por una Biblioteca Jurídica Digital adecuado a tu pensum en formato CD?

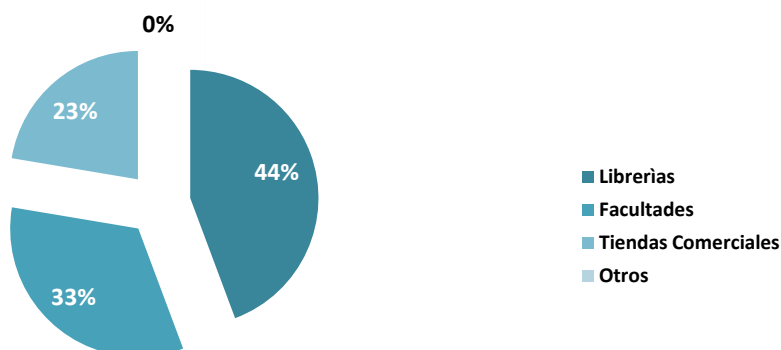


Aquí podemos observar que un 20% considera que debería valorar se entre \$55 y \$75. El mayor porcentaje (80%) considera que el precio del producto que se está dispuesto a sufragar oscila entre los \$45 y \$55.

También fue importante conocer donde considera el segmento que deberíamos colocar el producto para su rápida adquisición. De esta manera pretendimos saber es si deberíamos colocarlos en librerías, facultades, tiendas comerciales u otros centros de comercialización.

Los datos nos muestran que el lugar conveniente para la adquisición del producto por los estudiantes es en librerías (44%) y las facultades de ciencias jurídicas de las respectivas universidades (33%).

En caso de estar interesado en una Biblioteca Jurídica Digital, ¿Dónde le gustaria obtenerla?



### 3.4. Distribución y puntos de venta

---

El canal de distribución que se seleccionó es la venta directa de productor a consumidor final. Esto es debido a que **IUS LEARNING**, como una empresa prestadora de servicio, está consciente que el trato personal ayuda a mejorar la comunicación con el cliente, así como resolver sus necesidades y llenar las expectativas particulares.

Por consiguiente, el diseño del proceso queda a como sigue:

**Productor → Usuario final**

Dicho proceso tiene como responsable de la cadena de distribución, a un encargado, según cada caso.

### 3.5. Promoción del servicio

---

El objetivo es presentar y promocionar el **IUS LEARNING** ante nuestros potenciales compradores. La presentación y promoción la llevaremos a cabo exhibiendo el producto a las autoridades de las facultades de Ciencias Jurídicas de las diferentes universidades para que consientan su venta. En cuanto a la publicidad, vamos a utilizar medios impresos (volantes, periódicos universitarios) e impartir charlas a los estudiantes acerca de la calidad del producto. Uno de los principales medios a utilizar será el envío de volantes a través de correos electrónicos, de esta manera la empresa no incurrirá en costos adicionales.

Los costos calculados para la publicidad en el corto plazo se detallan a continuación:

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
<b>Impresión de volantes en tinta verde</b>	\$0.10	1000 und	USD\$100
<b>Standings móviles</b>	\$25	3	USD\$ 75
<b>Periódicos Universitarios</b>	\$20	3	USD\$ 60
<b>Total</b>			USD\$ 235

### 3.5.1. Periódicos universitarios y volantes

**IUS Learning**

*Aprendiendo la mejor*

**Es hora de...**

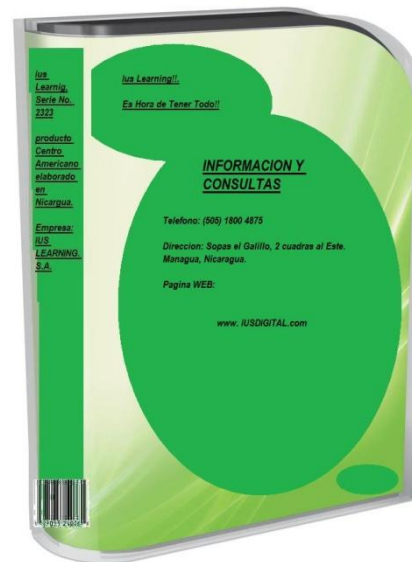
*actualizarte*

Con **IUS Learning** tendrás a tu alcance la Biblioteca Jurídica Digital que contiene la bibliografía básica de autores nacionales y extranjeros de Gran Prestigio para el estudio de la Ciencias Jurídicas.

Adquiere **IUS Learning** ...la opción del nuevo Profesional

Contáctanos al 1800 IUS (4875)  
Visítanos [www.iusdigital.com](http://www.iusdigital.com)

### 3.5.2. Presentación final del producto



### 3.5.3. Logo y eslogan



### 3.6. Fijación y política de precio

Para la fijación de precio es necesario conocer los costos fijos que se detallan a continuación:

Corto Plazo: (tipo de cambio 21.15)

Costos Fijos Mensuales	
<b>Renta</b>	USD\$ 250
<b>Energía Eléctrica</b>	USD\$ 60
<b>Agua</b>	USD\$17
<b>Servicio de telecomunicación (internet y teléfono)</b>	USD\$80
<b>Papelería</b>	USD\$20
<b>Gasolina</b>	USD\$120
<b>Publicidad</b>	USD\$19.60

<b>Sueldo Contador</b>	USD\$154. 82
<b>Sueldo Programador</b>	USD\$154. 82
<b>Sueldo 3 promotores de ventas</b>	USD\$ 551.67
<b>Sueldo Gerente General</b>	USD\$183.89
<b>Hosting</b>	USD\$100
<b>Imprevistos</b>	USD\$160
<b>Impuesto la Alcaldía y Registro Mercantil</b>	USD\$140
<b>Depreciación</b>	USD\$90
<b>Total</b>	<b>USD\$2146.63</b>

Así mismo, resulta necesario determinar los costos variables en los que incurrirá la empresa, los cuales se detallan a continuación:

Costos Variables	
<b>CD</b>	USD\$0.28
<b>Quemado</b>	USD\$1.75
<b>Empaquetado ( caja y bolsa)</b>	USD\$4.72
<b>Codificación e información (manual de instrucción y códigos de barras)</b>	USD\$1.75
<b>Total</b>	<b>USD\$8.50</b>

Como políticas de precio definimos las siguientes:

- No se otorgaran descuentos por volumen ni por pronto pago.
- Se entregaran 60 CDS para promoción de ventas distribuidos en tiempo de la siguiente manera: 30 unidades en el corto plazo, 20 unidades en el mediano plazo y 10 unidades en el largo Plazo.
- Se pretende establecer un precio competitivo y accesible a los clientes interesados en el producto.

### 3.6.1. Cálculo del precio del servicio Ius Learning

- **Determinación del costo total del producto o servicio**

$$CV + (CF/\text{producción esperada}) = \text{Costo Total (CT)}$$

$$\text{Costo Total} = 8.50 + (24,447.00 / 840)$$

$$\text{Costo Total} = 8.50 + (29.1)$$

$$\text{Costo Total} = \text{USD\$ } 37.6$$

Objetivos Ventas	
<b>CP</b>	840 (17.6%)

Costos Totales	
<b>CP</b>	USD\$ 37.6

% Ganancia	
<b>CP</b>	24.8%

- **Establecimiento del porcentaje de ganancia**

El margen de ganancia de **IUS LEARNING** es del 24.8%.

- **Calculo del precio de ventas al cliente**

$$PV = CT + (CT \times \% \text{ de ganancia deseado})$$

$$\text{Precio de venta} = 37.6 + (37.6 \times 24.8\%)$$

$$\text{Precio de venta} = 37.6 + 12.4$$

Precio de venta = USD\$ 50 por un CD de **IUS LEARNING**

**Precios de Venta**

**CP** USD\$ 50

- **Obtención del punto de equilibrio**

$$PE = CF / (PV - CV)$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 24,447.00 / 50 - (8.5/50)$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 24,447.00 / 50 - (0.17)$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 24,447.00 / 49.83$$

Punto de equilibrio = 491 CDs de **IUS LEARNING** a 12 meses

Punto de equilibrio = 41 CDs de **IUS LEARNING** cada mes

**Costos Variables**

**1 und** USD\$8.50

- **Estimación del precio de venta del producto o servicio al consumidor final**

El precio del producto será USD\$ 50.06

### 3.7. Plan de introducción al mercado

Como acciones para introducirnos en el mercado se contactara a las facultades de Ciencias Jurídicas de las universidades UAM, UCA, UNAN, UPOLI para que conozcan el producto y recomienden el producto a los docentes y estudiantes de los campus universitarios. Ubicaremos stands en los diferentes campus donde se estará ofreciendo el producto y los potenciales compradores tendrán la oportunidad de conocer más de **IUS LEARNING** También, se realizara una charla general en cada campus donde se explicara todo lo relacionado a **IUS LEARNING** Finalmente se tendrá publicidad en los periódicos universitarios, y panfletos.

En cuanto al presupuesto, el costo de publicidad y promoción asciende en el corto plazo a USD\$ 210.

### 3.8. Riesgos y oportunidades

Los riesgos y oportunidades del mercado se resumen en la tabla siguiente:

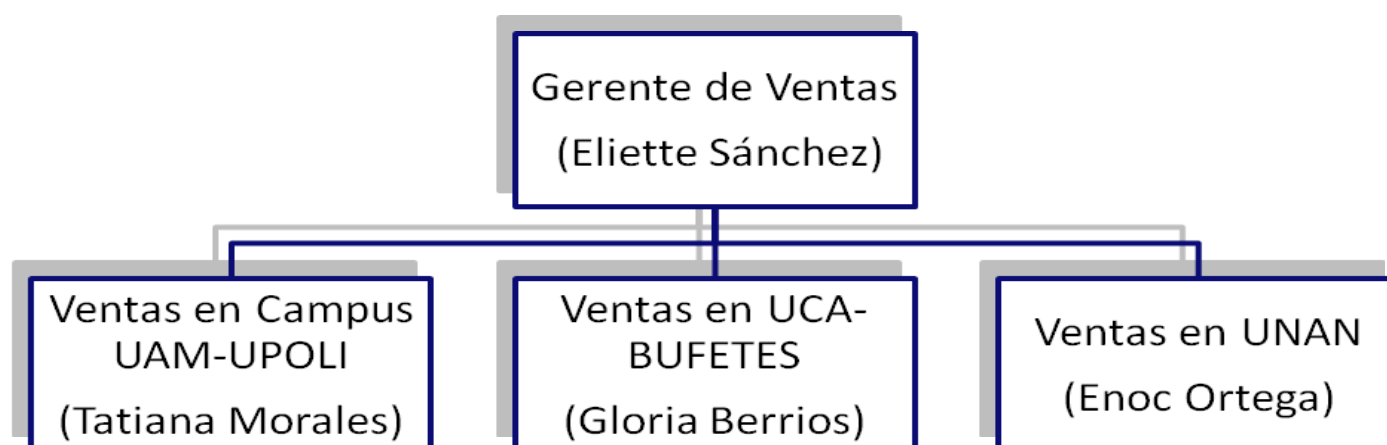
Riesgos	Acciones a realizar
Falta de ordenadores no incentive la compra de nuestro producto.	Facilitar por medio de convenios con "DATATEX" la obtención de ordenadores a precios y créditos.
Que los autores Nacionales de los libros a utilizar,	Emprender negociaciones exhaustivas con los autores

nieguen la publicación de éstos en digital. nacionales.

Por su parte, las oportunidades principales comprenden:

Oportunidades	Acciones a Realizar
Ser líderes en ofrecer un servicio novedoso y útil.	Difundir las particularidades que IUS LEARNING brinda a las personas vinculadas a las ciencias Jurídicas.

### 3.9. Sistema y plan de ventas

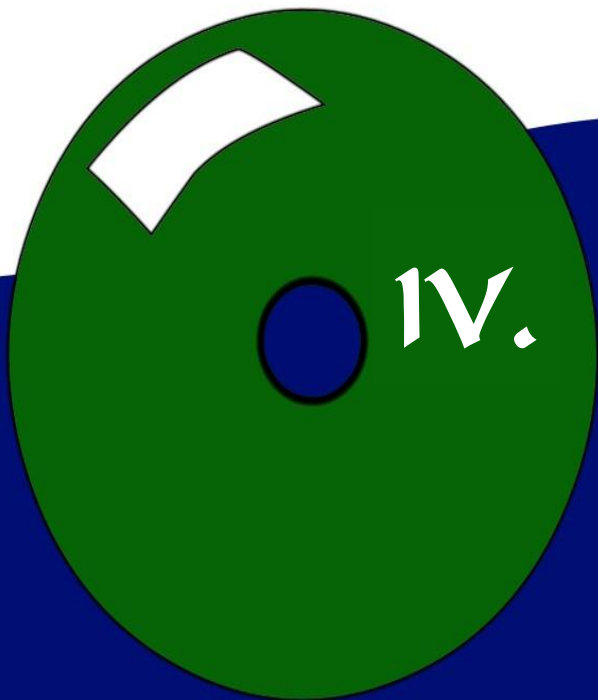




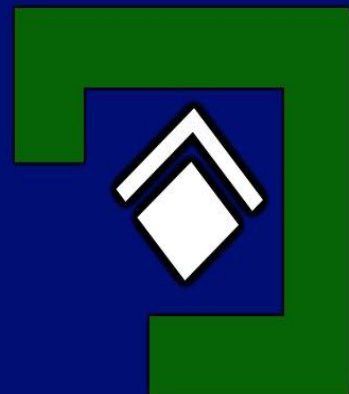


# Ius Learning, S.A.

Lectura Digital



## Producción



## **4. Producción**

---

### **4.1. Objetivos**

---

#### **4.1.1. Corto plazo**

- Actualizar siempre nuestro producto para que nuestro servicio ofrezca siempre lo más avanzado en lectura digital.
- Producir y vender nuestro servicio según la cantidad esperada de ventas para el corto plazo de nuestra empresa.
- Prestar el servicio de **IUS LEARNING** a no menos de 38 estudiantes o profesionales de las ciencias jurídicas por mes.

#### **4.1.2. Mediano plazo**

- Incorporar más recursos a la empresa.
- Incrementar nuestras ventajas competitivas.
- Actualizar el software para una mayor comodidad del cliente.

#### **4.1.3. Largo plazo**

- Incorporar más recursos a la empresa
- Incrementar nuestra capacidad de prestación del servicio para cubrir el mercado nacional.

### **4.2. Especificaciones del Servicio**

---

Mejorar el acceso a textos de aprendizaje, sin importar el medio, se ha convertido en una necesidad imperativa para los miembros de las distintas facultades de Ciencias Jurídicas. Los estudiantes precisan acceder a los textos requeridos para su estudio y este acceso es limitado: sea por los costos en la adquisición de los textos o por escases de éstos. Por lo tanto, **IUS LEARNING** ofrece a estudiantes de las ciencias jurídicas y profesionales, una biblioteca jurídica digital, siendo un medio novedoso, interactivo, eficiente y con un bajo costo de adquisición, que contiene los textos fundamentales para la adecuada comprensión de todas las disciplinas del Derecho en Nicaragua.

### 4.3. Descripción del proceso de producción.

#### 4.3.1. Germinal

En el proceso germinal de producción de nuestro servicio indicamos la etapa inicial de la producción, en la cual finaliza una vez se haya copilado y digitalizado los libros de textos los cuales serán inyectados al software que administrará la información, hasta este punto el Software **IUS LEARNING** ha sido terminado.

El proceso se realiza a continuación:

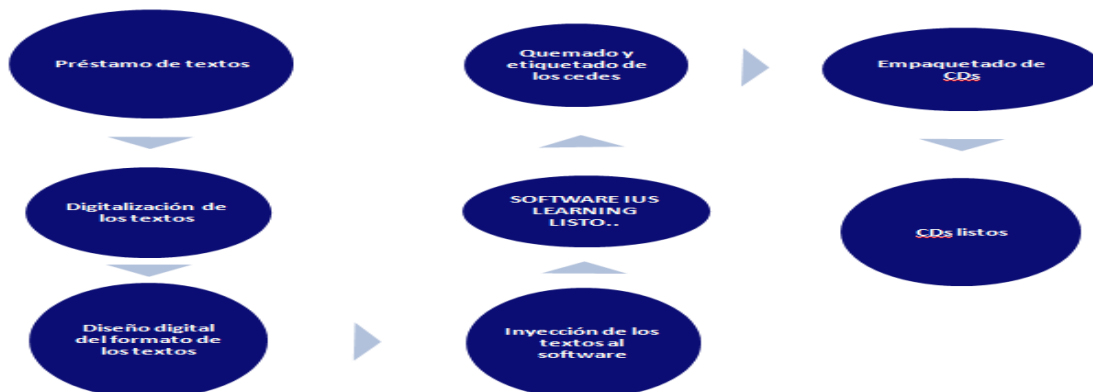
- Se prestaran los libros a incorporar en la biblioteca jurídica digital (3-4 horas).
- Se procede a escanear los libros (1-2 horas).
- El centro de diseños procede a diseñar el formato de **IUS LEARNING** y a incorporar los libros (1-2 horas).
- El programador inyecta los textos dentro del software (5 horas).
- Creación del Software **IUS LEARNING** (2 min)

#### 4.3.2. Final

En el proceso final de producción de nuestro servicio indicamos como se hará la preparación del medio (Cd) donde se guardará el software y se empaquetara para su comercialización, una vez finalizado el programa. Éste proceso se repetirá para reproducir mas cedes con el Software según la demanda del mercado.

- Se procede a quemar y etiquetar los discos por medio de un quemador y una impresora especial para Discos (10 min por disco).
- Se empaquetan los discos (5 min por disco).
- Se almacenan los discos.

#### 4.3.3. Diagrama del proceso de producción



## 4.4. Descripción del proceso de prestación del servicio

### 4.4.1. Proceso de venta

- El cliente nos solicita en nuestras sucursales nuestro servicio (luego de haber sido informado de nuestro servicio) en una de nuestros stands de ventas (1 min).
- El encargado del Stand le entrega el software por medio de un CD donde le explica que dentro del empaque se encuentran los códigos para acceder al programa (3 min).
- Se le entrega a nuestro nuevo cliente un manual-instructivo del uso del software y un número telefónico de nuestra empresa para que pueda llamarnos para asistencia (1min).
- Se le emite una factura al cliente (30 Seg).

## 4.5. Equipos e instalaciones

En éste acápite se especificaran todos los equipos, servicios, instalaciones y mantenimientos necesarios para la infraestructura de la empresa.

Equipo/herramienta	Cantidad	Marca
Computadora	1	COMPAQ
Proyector	1	SONY
Modem	1	BELKIN
Escritorio	1	Standford
Teléfono	1	Siemens
Impresora	1	HP Deskjet
Quemador	1	HP
Scanner	1	Hp 310
Disco duro Extraíble	1	SONY

Instalaciones Necesarias	Cantidad	Marca
Escritorio	2	Standford
Sillas Oficinas	8	Standford
Mobiliario (varios)	10	Varios

Nótese que no es necesaria la inversión en equipos de conexiones eléctricas, ni de alcantarillado, ya que el local tiene todas estas disponibles.

Servicios/necesarios	Cantidad	Marca
Servicios de internet	1	Turbonett
Servicio Eléctrico Nacional	1	UNION FENOSA DISNORTE

Servicio de Acueductos y Alcantarillado	1	ENACAL
Servicio de telefonía Fija	1	Enitel
Servicio de Telefonía Móvil	1	Movistar

Con respecto al mantenimiento, éstos se ejecutaran periódicamente a los equipos. Éstos serán programados cada 3 meses, y consistirán tanto en mantenimiento como en limpieza de los equipos.

## 4.6. Materia prima

### 4.6.1. Necesidad de materia prima

Para brindar un servicio de lectura digital de calidad la empresa **IUS LEARNING** utilizará de insumo CDs y quemadores de calidad para la reproducción del software que contendrá los textos ya digitalizados. Cada CD vendrá en un empaque de plástico y cada empaque traerá un manual el cual indicará al usuario como instalar el software en su ordenador. A continuación presentamos los la materia prima

Materia Prima	Cantidad/periodo
Discos compactos	840(CP) 70 (mes)
Empaques (Caja y Bolsa)	840(CP) 70 (mes)
Papelería o manual	840(CP) 70 (mes)

Objetivos Ventas	
CP	840 (17.6%)
MP	1784.6 (37.4%)
LP	2145.4 (89.4)

### 4.6.2. Proveedores de la materia prima

Materia Prima	Proveedor
Discos Compactos	Pricesmart
Empaques	Xerox
Quemado	
Manual Ius Learning	Impresos "M&M"
<b>TOTAL</b>	

### 4.6.3. Equipos

Equipo	Proveedor	Precio
Computadora	Datatex	USD\$700
Escáner	Datatex	USD\$250
Quemador y etiqueta	Radio Shack	USD\$250
Proyector	Datatex	USD\$600
<b>TOTAL</b>		<b>USD\$1800</b>

Instalaciones Necesarias	Proveedor	Precio
Escritorio	Gallo mas gallo	USD\$ 500
Sillas Oficinas	Curacao	USD\$ 250

Mobiliario (varios)	Curacao	USD\$ 750
<b>TOTAL</b>		<b>USD\$ 1500</b>

#### 4.7. Capacidad Instalada

El proceso de producción del Software solo se tiene que realizar una vez al mes; para el proceso de copia y duplicados del software la empresa tiene la capacidad de: (Suponiendo 8 horas de trabajo al día; 5 días de trabajo a la semana; 20 días de trabajo al mes y la cantidad en bodega y las muestras gratis)

Periodo	Capacidad de producción
<b>1 día</b>	4 CDs
<b>1 semana</b>	19 CDs
<b>1 mes</b>	76 CDs

Muestras
<b>CP</b> 30 CDs

Objetivos Ventas
<b>CP</b> 840 (17.6%)

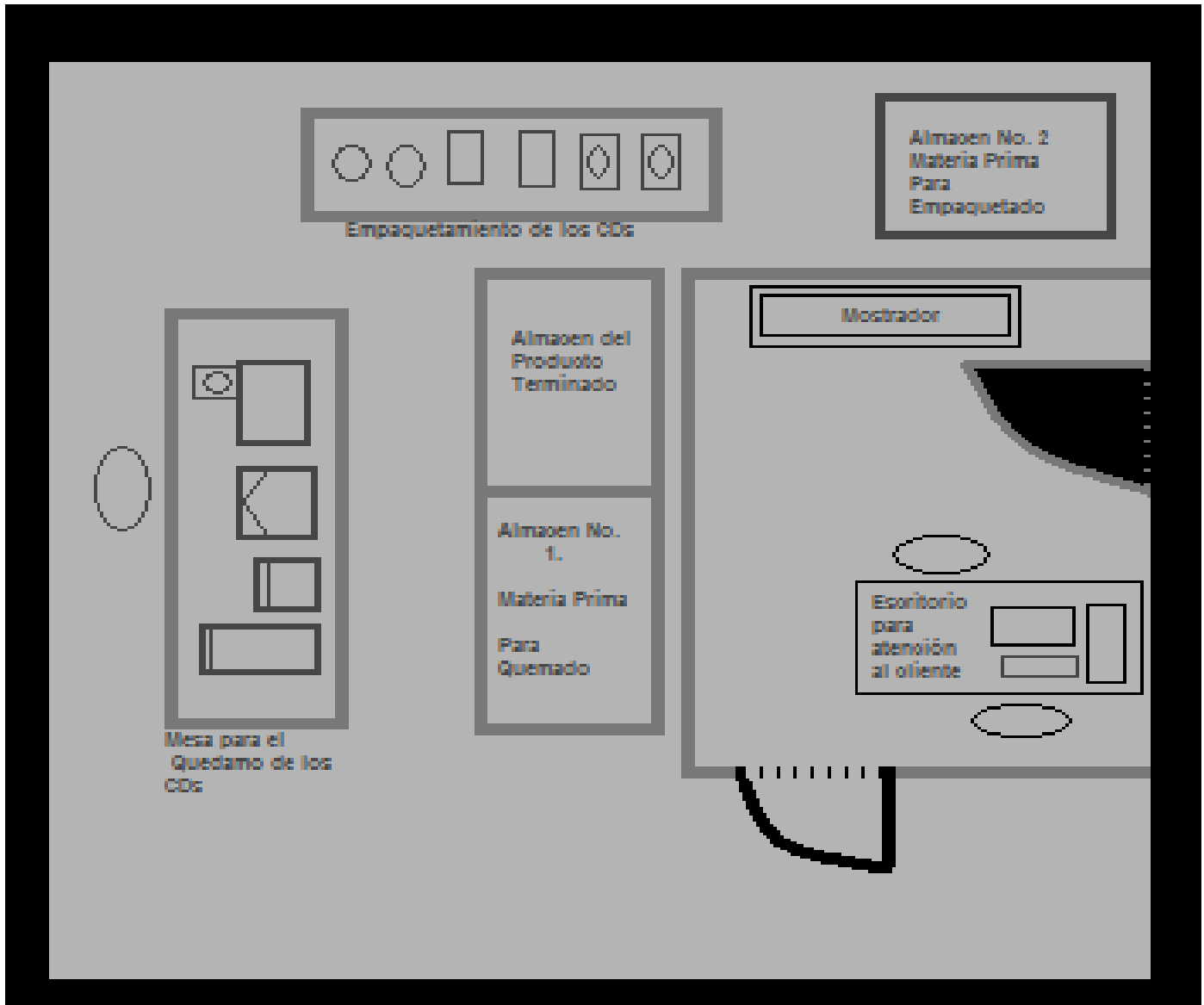
Es política de nuestra empresa mantener en almacenamiento la cantidad de CDs procesados suficientes para cubrir los costos fijos de la empresa (punto de equilibrio), en este caso la empresa siempre mantendrá la cantidad de 42 CDs empaquetados siempre.

#### 4.8. Ubicación de la Empresa

Dada las características, la empresa **IUS LEARNING** podrá estar ubicada en cualquier establecimiento urbano que tenga los servicios básicos de agua, luz y acceso a internet. Por el momento la oficina central de **IUS LEARNING** estará ubicada en la siguiente dirección:

- Del portón del cementerio oriental 100 metros al norte.

#### 4.9. Diseño y distribución de planta y oficinas



#### 4.10. Mano de obra

La mano de obra necesaria se resume en el siguiente cuadro:

Actividad	Número de personas	Tipo de habilidad
Programación de servicio	1	Diseñador, programador, y configurador del software
Asuntos financieros y contables	1	Profesional contaduría pública y finanzas
Vendedores	3	Comercializar el producto en los 3 puntos estratégicos



#### 4.11. Procedimiento de mejora continua

---

**IUS LEARNING** es una empresa que está orientada a facilitar el acceso a la documentación básica para estudiantes y profesionales de las ciencias jurídicas y carreras afines. En Nicaragua aunque no existen empresas que ofrezcan el mismo servicio, lo cual no es razón para la empresa no mantener un valioso nivel de efectividad y calidad del mismo, por ello siempre trataremos de mantener un alto grado de competitividad, lo cual exige la implantación de un proceso de mejora continua.

Es objetivo de la empresa posicionarse como empresa líder entre las fuentes de información para estudiantes y profesionales del derecho utilizando los medios tecnológicos para permitir el acceso a las bibliografías básicas de las ciencias jurídicas. Nuestras mejoras se basan en la retroalimentación con los clientes, para lo cual se realizarán las siguientes actividades:

- **Encuestas semestrales** para conocer la opinión de nuestros usuarios respecto a las facilidades y eficiencia brindada por nuestro producto.
- **Buzón de sugerencias y comentarios** que ayuden a mejorar el producto para mayor satisfacción de nuestros usuarios.
- **Reunión del personal** se realizará periódicamente para detectar y solucionar las debilidades en las actividades laborales de las diferentes áreas de trabajo.
- **Capacitación del personal** se realizará periódicamente para actualizar los conocimientos del personal sobre mejoras del servicio.
- **Mejoras del servicio** mediante actualizaciones del software y los distintos quipos utilizados durante el proceso de elaboración.

#### 4.12. Programa de producción

---

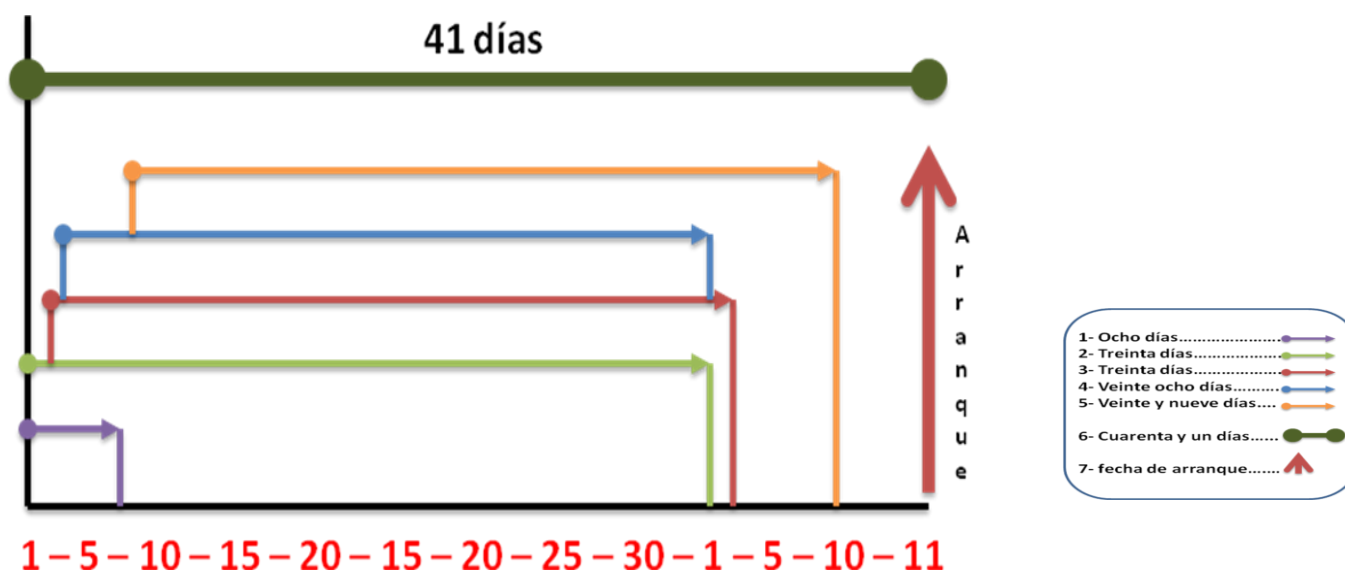
El programa de producción es la planificación de las operaciones que nos ayudaran a cumplir con los objetivos establecidos para cada área, el programa de producción se divide en dos etapas:

- **Actividades pre operativas:** incluye todas aquellas actividades que deben de realizarse para iniciar las operaciones productivas.
- **Actividades operativas:** son todas las actividades necesarias para crear el producto o prestar el servicio de la empresa.

En el cuadro siguiente presentamos el plan de producción de **IUS LEARNING**:

Actividad	Personal encargado	Período de realización
1. Comprar equipo y/o herramientas, necesaria para el funcionamiento de la empresa, acondicionar área del trabajo	Enoc Ortega	1Junio-8 Junio
2. Búsqueda, préstamos de libros y contactar a autores para solicitar la autorización del uso de éstos.	Junta Directiva	1Junio- 1Julio
3. Digitalización de libros	Junta Directiva	2Junio- 2 Julio
4. Inyectar información al software	Programador	3Junio-1Julio
5. Promoción del servicio	Gloria Berríos	9Junio-10Julio
6. Número de días antes de fecha de arranque		41 días
7. Fecha de arranque		11 del mes julio

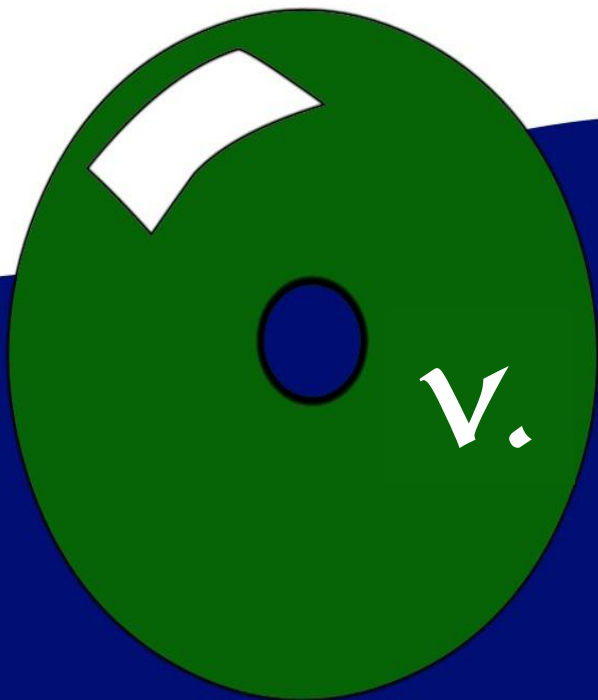
El diagrama del plan del proceso se muestra en el siguiente gráfico.



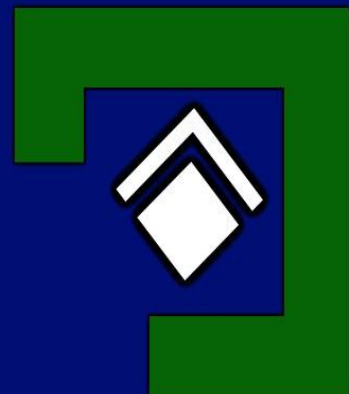


# Ius Learning, S.A.

Lectura Digital



## Organización



## **5. Organización**

---

### **5.1. Objetivos del área organizacional**

---

En el área organizacional, **IUS LEARNING** pretende distribuir las responsabilidades y actividades de manera adecuada, a fin de lograr eficiencia y eficacia en las actividades a realizar. Asimismo, la organización será una herramienta para hacer posible que a empresa crezca poco a poco y el servicio se extienda a otras ciencias en el futuro.

### **5.2. Estructura organizacional**

---

#### **5.2.1. Definición de los objetivos de la empresa por área funcional**

##### **5.2.1.1. Objetivos de Gerencia**

- Mantener el control y buen funcionamiento de las diversas áreas de trabajo.

##### **5.2.1.2. Objetivos de mercadotecnia**

- Realizar campañas publicitarias de éxito y a muy bajo costo.
- Responder y satisfacer las necesidades de los usuarios.

##### **5.2.1.3. Objetivos de talento humano**

- Realizar todas nuestras actividades en beneficio de los trabajadores de todas las áreas de la empresa

##### **5.2.1.4. Objetivos de contabilidad y finanzas**

- Llevar un control de todos los elementos contables de la empresa, de acuerdo a lo establecido con la ley.
- Llevar el control de las finanzas.

##### **5.2.1.5. Objetivos de producción**

- Realizar todas las actividades de producción con los medios de más alta calidad y eficiencia.

#### **5.2.2. Definición de los procesos operativos de la empresa**

Se resumen en la siguiente tabla:

Área de trabajo	Actividades	Requisitos especiales	Periodicidad y tiempo
<b>Gerencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Planificar, organizar supervisar y coordinar las actividades de las demás áreas.</li> <li>* Establecer y dar seguimiento a los objetivos estratégico de la empresa.</li> </ul>	* Conocimientos básicos de administración.	1 vez a la semana
<b>De mercadotecnia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Investigar el mercado.</li> <li>* Planificar, supervisar y coordinar campañas de publicidad y estrategias de mercadotecnia.</li> <li>* Atención al cliente</li> <li>* Gestionar reclamos y/o sugerencias.</li> <li>* Capacitar al usuario sobre el manejo del servicio.</li> </ul>	Conocimientos básicos de administración y mercadotecnia.	Planeación y estrategias: cada 15 días. Ventas: sujeto a demanda del mercado. Periodicidad estimada: 2 veces por semana
<b>De producción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar pedidos.</li> <li>* Comprar la materia prima.</li> <li>* Elaborar el producto final.</li> <li>* Capacitar al área de ventas acerca del uso del producto.</li> </ul>		Sujeto a demanda del mercado. Periodicidad estimada: 2 veces por semana
<b>De contabilidad y Finanzas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Llevar el control contable de todas las cuentas de la empresa, así como de cada operación económica realizada.</li> <li>* Buscar opciones de ahorro en costos y/gastos.</li> <li>* Formulación de presupuesto y estados financieros.</li> <li>* Llevar el control del cumplimiento de las obligaciones fiscales.</li> </ul>		2 veces por semana
<b>De apoyo</b>	* Manejar el entorno legal de la empresa		Una vez por mes

### 5.2.3. Organigrama

A continuación se muestra el organigrama de la empresa.



En el cuadro siguiente se muestra la distribución de los puestos entre los miembros de la empresa.

Función	Responsable
<b>Junta Directiva</b>	Enoc Ortega, Tatiana Morales, Gloria Berrios, Eliette Sánchez
<b>Gerente General</b>	Gloria Berrios
<b>Mercadotecnia</b>	Eliette Sánchez
<b>Ventas y Publicidad</b>	Eliette Sánchez
<b>Distribución</b>	Enoc Ortega
<b>Talento Humano</b>	Gloria Berrios
<b>Contabilidad y Finanzas</b>	Tatiana Morales
<b>Contador</b>	Freddy Vanegas
<b>Producción</b>	Enoc Ortega

### 5.3. Funciones Específicas por puesto

---

#### 5.3.1 Junta directiva

Estará conformada por los integrantes del proyecto, que serán los socios de la empresa, en caso de Procederá mediante resoluciones tomadas durante sus sesiones, las que se ejercerán a través del gerente general. Será la encargada de la administración, así como el control y el desarrollo de la empresa.

Las funciones específicas son:

- Llevar la planificación estratégica de la empresa, así la supervisión de su consecución.
- Coordinar el desempeño de todas las áreas, mediante la planeación y control de sus funciones
- Planear la proyección de la empresa en la industria.
- Definir las metas de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
- Planificar las actividades para una posible ampliación de la empresa.

#### 5.3.2. Gerente General

Estará encargado de hacer cumplir las resoluciones tomadas por la Junta Directiva durante sus sesiones. Debe lograr la coordinación de los distintos puestos, así como supervisar el cumplimiento de sus objetivos y de esta manera lograr que el desempeño en general sea de alta calidad.

Las funciones específicas son:

- Atención e implementación de las resoluciones tomadas por la Junta Directiva.

- Coordinación y control de los grupos de trabajo de la empresa.
- Supervisión de las actividades de las diferentes áreas.
- Brindar informes a la Junta Directiva en sus sesiones.

### **5.3.3. Mercadotecnia**

Área dedicada a coordinar las actividades de promoción, publicidad y venta de **IUS LEARNING**, tratando de incentivar la adquisición del producto al destacar las ventajas competitivas.

Las funciones específicas son:

- Elaborar estrategias de mercado (publicidad, promoción y ventas).
- Definir el mercado meta y evaluar el mercado potencial, así como determinar su crecimiento.
- Brindar reportes continuos del desempeño de las áreas subordinadas (ventas, publicidad, y distribución).
- Coordinar criterios con las áreas de producción y finanzas para establecer la política de precio.
- Mantener siempre el trato amable con los clientes.

### **5.3.4. Ventas y publicidad**

El sector de ventas es encargado de relacionarse directamente con el cliente, de tal manera que se logre su satisfacción y la consecución de los objetivos de la empresa. Él área de publicidad está encargado de difundir de manera rápida el servicio proporcionado, potenciando las ventas logrando un buen posicionamiento en el mercado.

Las funciones específicas son:

- Determinar la política de precios y elaborar los planes de trabajos en la publicidad.
- Interactuar con los clientes para establecer un punto de contacto con la empresa.
- Atender las peticiones, observaciones reclamos y sugerencias de los clientes.
- Elaborar estrategias de publicidad y ventas para difundir el servicio.
- Elaborar estrategias de promoción.
- Brindar informes periódicos de las actividades realizadas.



### **5.3.5. Talento Humano**

Dedicado a mantener las relaciones laborales y personales entre todos los empleados de tal manera que permita optimizar el buen funcionamiento de la empresa en su provisión del servicio. Además, tiene a su cargo el reclutamiento y capacitación del personal necesario e inducir correctamente a los nuevos trabajadores.

Las funciones específicas son:

- Continua evaluación del desempeño individual y grupal de los empleados.
- Asegurarse que todo el personal sea educado y respetuoso tanto con los clientes como entre ellos mismo.
- Realizar la selección del personal, así como inducción, adiestramiento y capacitación.
- Elaborar los contratos de todos los empleados, de acuerdo a las leyes del país.
- Aplicación de medidas correctivas en caso de incumplimiento o indisciplina del personal.
- Brindar informes periódicos a la gerencia.

### **5.3.6. Contabilidad y finanzas**

Esta área pretende manejar de forma eficiente las operaciones financieras de la empresa, así como mantener la contabilidad el negocio al día.

Las funciones específicas son:

- Presentar los siguientes registros: diario, mayor, inventarios, cuentas de bancos, estados financieros a presentar (balance general, estado de resultados y flujo de efectivos), indicadores financieros.
- Realizar comparaciones con períodos anteriores y proyecciones financieras.
- Llevar al día el pago de impuestos y trámites legales.

### **5.3.7. Producción**

Producción: área dirigida por una persona que tenga el conocimiento mínima para generar el software de **IUS LEARNING**, así como la búsqueda de toda la materia prima para producir nuestro servicio. Se encargará de asegurar la disponibilidad del producto en cuanto éste sea solicitado.

Las funciones específicas son:

- Diseño y continua mejora del software

- Elegir la materia prima
- Determinar los niveles de producción con base en las estimaciones de la demanda
- Planear y supervisar el área en su totalidad

## **5.4. Captación de personal**

---

### **5.4.1. Reclutamiento**

El proceso de reclutamiento a seguir por su empresa es:

Se eligió este medio, debido a la cantidad de demanda que él periódico cubre diariamente, y porque su costo es relativamente bajo por la cantidad de lectores que acceden al periódico. Así mismo, los anuncios se pondrán en servicio de clasificados gratuitos en internet, como [www.encuentra24.com](http://www.encuentra24.com), [www.xolo.com.ni](http://www.xolo.com.ni), y [www.plazavirtual.com.ni](http://www.plazavirtual.com.ni)

En la planificación inicial los mismos miembros de la empresa cubrirán todas las plazas definidas, exceptuando la del contador y el programador. Sin embargo, el crecimiento de la empresa es posible, o inclusive que alguno de los accionistas renuncie. En caso de crecimiento de la empresa los puestos principales requeridos de forma inmediata sería la contratación de nuevos especialistas. Por tal razón, presentaremos el ejemplo de anuncio de dicho puesto.

Redacción del Anuncio:

“Empresa de servicio de lectura digital **IUS LEARNING**, solicita un contador financiero. Interesados presentarse con solicitud de trabajo, currículum y fotografía a nuestras oficinas del portón cementerio oriental 100 metros al norte”

El costo será de USD\$ 40 dólares más IVA , y el anuncio aparecería 3 días.

### **5.4.2. Selección**

El proceso de selección se realizará por medio de una solicitud de empleo, las cuales serán estudiadas por el responsable de recursos humanos al igual que sus currículos y perfiles. De esta manera eliminar a algunos de los aspirantes que no califiquen con el perfil solicitado. Se presentará una lista de 3 personas a la junta directiva para recibir su aprobación. Paso seguido, el responsable de Recurso Humano invitará a los aspirantes a una entrevista personal. El objetivo de la misma es evaluar al aspirante en aspectos relevantes al puesto en cuestión. De esta manera se seleccionará a la persona con mejores capacidades para el puesto. La entrevista no tiene asociado ningún costo.

### **5.4.3. Contratación**

#### **5.4.3.1. Tipo de contrato**

No incurriremos en muchas complicaciones respecto a la forma de contratación. Para los empleados en cuestión se realizarán contratos individuales de cuatro meses, en los que se deberán plantear todos los compromisos legales que esto conlleve, las formas de pago, las cantidades a pagar, y, en caso de existir, el tipo de prestaciones, luego de los cuales estará sujeto a un proceso de renovación, en caso que el empleado lo solicite y que se considere pertinente. Para los socios de la empresa, si está de acuerdo, se renovarán contratos automáticamente.

#### **5.4.3.2. Aspectos laborales a considerar**

- Contar con los instrumentos necesarios para realizar el trabajo.
- Acceso a la oficina central.
- Realizar una jornada de ocho horas diarias.
- Los trabajadores tendrán derecho a descanso semanal (fines de semana), vacaciones y salario por decimotercer mes, de acuerdo a la ley.
- Los trabajadores estarán sujetos a una etapa de prueba de 15 días laborales al aceptarse la solicitud, incluidos en la duración del contrato.
- El pago de horas extras será del 50% más que en horario laboral normal.
- Al terminarse el contrato laboral, los trabajadores recibirán su liquidación de salario.
- Mantener relación con el resto de departamentos de la empresa.

### **5.4.4. Inducción**

El proceso de inducción a nuevo personal **IUS LEARNING** será realizado por el encargado de talento humanos, apoyado por los demás empleados de la empresa.

El proceso de inducción será de la siguiente manera:

- Proporcionar al empleado información general acerca de la empresa.
- El responsable de Talento Humano presentará temas relacionados con el puesto del empleado para de ésta manera familiarizarlo con la empresa y con el ambiente de trabajo.
- Presentación de la trayectoria, misión, visión y valores de la compañía.
- Presentación de los Co-propietarios, cuerpo administrativo y de diseño.

- Proporcionar información respecto a las tareas y expectativas del desempeño. De ésta manera, el empleado sabrá con exactitud lo que se espera de él.
- Políticas y normas de comportamiento dentro de la compañía.

#### **5.4.4.1. Material que se utilizará en el proceso de inducción**

Para la Inducción se utilizará lo siguiente:

- Manual
- Reglamento administrativo
- Código de Ética (Ver Anexo)

Este material determinara todo lo que ha de saberse acerca de la empresa, además de las bases de ventas en las que se desarrollara el nuevo personal de la compañía.

### **5.5. Desarrollo del personal**

---

#### **5.5.1. Adiestramiento**

Esta etapa complementa la inducción y comprende una información más técnica y relacionada con su puesto. El proceso será realizado por el encargado de recursos humanos, así como los demás empleados, principalmente en puestos similares o por el inmediato superior. De esta forma, se le enseñaran los manuales operativos de la empresa, los que están destinados a dar a conocer las diversas actividades y su forma de operación, de esta manera sabrá la forma de proceder en la empresa. Luego será necesario supervisar las actividades del empleado en su periodo de pruebas y brindarle ayuda cuando lo necesite.

#### **5.5.2 Capacitación**

Los empleados estarán sujetos a capacitaciones continuas, en la que se actualizaran de las últimas tecnologías y herramientas en sus áreas, así como también de la manera de utilizarlas. Todos los departamentos se someterán a capacitaciones cada 6 meses o cuando la Junta Directiva lo considere pertinente. En el caso del departamento de producción, las tecnologías son más propensas a cambios y actualizaciones, por lo que las capacitaciones se realizarán cada 3 meses.

## 5.6. Administración de sueldos y salarios

Puesto que los empleados serán los mismos accionistas, exceptuando al contador y programador los cuales si tienen que ser contratados por la empresa, tratamos de distribuir los puestos de manera que los integrantes se desempeñen en las funciones dadas de manera muy eficaz y eficiente. Para las prestaciones tomamos en consideración las prestaciones y el aguinaldo, equivalente a un mes de salario por cada año laboral, así como también el seguro social patronal, equivalente al 16%, e impuesto del INATEC 2%.

Puesto	Categoría	Sueldo	Prestación	Total
<b>Gerente General</b>	A	\$146.95	\$36.94	\$183.89
<b>Gerente Mercadotecnia</b>	A	**		
<b>Gerente Recursos Humanos</b>	A	**		
<b>Gerente Contabilidad y Finanzas</b>	A	**		
<b>Contador</b>	B	\$126.5*	\$28.32	\$154.82
<b>Programador</b>	B	\$126.5*	\$28.32	\$154.82
<b>Gerente Producción</b>	A	**		
<b>Ejecutivo de Ventas 1</b>	B	\$146.95	\$36.94	\$183.89
<b>Ejecutivo de Ventas 2</b>	B	\$146.95	\$36.94	\$183.89
<b>Ejecutivo de Ventas 3</b>	B	\$146.95	\$36.94	\$183.89
<b>Total</b>				\$1045.20

\*\* El Gerente General y el Gerente de Talento Humano es la misma persona. El Gerente de Mercadotecnia es la misma persona que el Ejecutivo de ventas 1. El Gerente de Contabilidad y Finanzas es la misma persona que el ejecutivo de venta 2. El Gerente de Producción es la misma persona que el ejecutivo de venta 3.

\* El Contador tiene contrato por servicios profesionales de medio tiempo.

## 5.7. Evaluación del desempeño

La evaluación del desempeño comprende un aspecto muy delicado, puesto que puede influir directamente sobre la moral del trabajador, lo que afectaría directamente la eficiencia de la empresa. Por este motivo, debe atenderse de cerca y tratarse con el empleado.

Para la evaluación del desempeño se establecerán las diversas operaciones y actividades de los puestos determinados. Así mismo, estas actividades deben complementarse con la fijación de objetivos parciales y finales para las mismas, permitiendo un seguimiento detallado de dicho aspecto.

Los objetivos de desempeño de las actividades se llevarán a cabo al inicio del año, y serán producto de una negociación entre los empleados y los jefes superiores inmediatos en las que se toman en cuenta tanto los objetivos de la empresa como las capacidades individuales de cada persona. Estos objetivos deberán estudiarse cuidadosamente y deberán ser reales y alcanzables por el empleado.

Los objetivos del año se desglosarán en objetivos mensuales, los que a su vez se descompondrán en objetivos semanales. Estos objetivos serán medibles por medio de factores de cumplimiento o indicadores, y deberán ser revisados también semanalmente para evaluar su cumplimiento. A partir de dichas evaluaciones se considerará la aplicación de medidas correctivas, que variarán desde un simple dialogo con el empleado hasta la aplicación de sanciones por desempeño deficiente y reiterado. Sin embargo, también se reconocerá e incentivará el desempeño sobresaliente para levantar la moral de los empleados.

## **5.8. Relaciones de trabajo**

---

El ambiente de trabajo tendrá mucha importancia en la organización de la empresa, puesto que incrementa la productividad de sus empleados. La empresa, al ser de pequeña escala, no poseerá relaciones complejas ni plagadas de memorandos, sino que su comunicación será más personal e informal, aunque siempre manteniendo la cortesía y el respeto mutuo. De esta manera, cualquier empleado podrá comunicarse con otro, aún cuando no posean relaciones directas de cadenas de mando. Así mismo se promueve la motivación entre los miembros de la empresa, incrementando la confianza entre ellos, así como su concepción y aporte al trabajo en equipo. Además se reconocerá las labores llevadas a cabo por los empleados, incrementando la motivación. La empresa utilizara principalmente avisos y en caso de temas informales se harán de forma verbal.

La empresa estará al tanto de la situación de sus empleados, tanto de su situación financiera como familiar, y estará dispuesta a prestar su ayuda en caso necesario. De esta manera se pretende asegurar la calidad de vida de sus empleados, puesto que estos son el principal recurso de la compañía, prestando su ayuda en momentos difíciles.

## **5.9. Marco legal de la organización**

---

La empresa **IUS LEARNING** se constituirá como Sociedad Anónima, reconocida en el Derecho Laboral Nicaragüense como un tipo de sociedad mercantil. Bajo este régimen, no se fija un capital mínimo para constituir la sociedad. Por otra parte, todos los socios tendremos la estimulación necesaria para esforzarnos de manera extraordinaria en el funcionamiento de la empresa, dado que participamos directamente en los beneficios.

Asimismo, según la Ley las acciones pueden adquirirse por transferencia (herencia) o por venta. Otro atractivo de la Sociedad Anónima radica en que es relativamente fácil conseguir capital considerable, ya que puede emitir acciones según sus necesidades. Del mismo modo, resulta relativamente fácil obtener crédito a largo plazo ofreciendo grandes activos como garantía.

### **5.9.1. Aspectos legales**

La constitución legal como Sociedad Mercantil se hará ante los oficios de un notario público a través de un contrato social. El modelo de sociedad mercantil seleccionado es de Sociedad Anónima, ya que está de

acuerdo a nuestros intereses de responder ante otros, por el monto del valor de nuestras acciones suscritas y compradas.

La sociedad mercantil se denomina **IUS LEARNING S.A.** con domicilio en Managua, del portón cementerio oriental 100 metros al norte.

### **5.9.2. Pasos de los aspectos legales**

- Otorgamiento de Escritura de Constitución ante un Notario Público con los requisitos mínimos que contempla el código mercantil; en este mismo acto igualmente se pueden acordar los estatutos.
- Inscripción en el Registro Público Mercantil de Escritura de Constitución y Estatutos. Así mismo presentar solicitud de inscripción del Poder General de Administración y solicitud de registro de los cuatro libros contables: Libro de Actas y/o Acuerdos; Libro de Accionistas; Libro Diario; Libro Mayor.
- Presentarse el Apoderado General de Administración ante las Oficinas Centrales del Contribuyente a solicitar su Número RUC (Registro Único del Contribuyente) comercial del a Empresa.
- Solicitud de apertura de Matricula en la Alcaldía de Managua.
- Requisitos necesarios para inscribirse como contribuyente en la Dirección General de Ingresos (DGI): la Empresa debe inscribirse como contribuyente retenedor del 15% del IVA (Impuesto al Valor Agregado) y del IR (Impuesto sobre la Renta) en calidad de responsable ante el Registro que lleva la DGI.
- Presentación de Declaración Mensual del IVA y anticipo al IR en la administración de Rentas correspondiente.
- Si la Empresa **IUS LEARNING, S.A.** deseara exportar deberá dar los siguientes pasos: se presentará una solicitud de inscripción para exportar ante el Centro de Trámites de las Exportaciones (CENTREX), donde se remitirán los datos generales de la empresa y datos del producto a exportar.
- En caso que la empresa desee ser proveedor del Estado deberá inscribirse en el REGISTRO NACIONAL DE PROVEEDORES de conformidad con la Ley 323 de las Contrataciones del Estado.
- Inscripción de sus trabajadores en el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS)

### **5.9.3. Aspectos fiscales**

- Adquisición de personalidad jurídica
- Elaboración del borrador de la Escritura de Constitución para la revisión de las partes involucradas
- Inscripción de Escritura de Constitución ante un notario público



- Inscripción de la Escritura de Constitución y de los Estatutos de la Sociedad en el Registro Público Mercantil. El arancel a pagar es de C\$10.00 por cada C\$1,000.00 o fracción sobre el monto del capital social autorizado (expresado en córdobas)
- Solicitud de Inscripción como Comerciante en el Registro Público Mercantil
- Inscripción de Libros Contables, Libros de Actas y Libros de Acciones (Sociedad Anónima) en el Registro Público Mercantil
- Inscripción de Libros Contables ante la Dirección General de Ingresos (DGI)
- Inscribir a la Sociedad en el Registro Único del Contribuyente (RUC) en la Dirección General de Ingresos (DGI) y Constancia de Responsable
- Con el objeto de obtener el número RUC, se debe presentar ante la DGI los siguientes documentos:
  - Copia certificada de la escritura de Constitución
  - Copia de la identificación de los socios (cédula de identidad)
  - Poder del representante legal en Nicaragua, con copia de la cédula de identidad
  - Copia del contrato de arrendamiento de la empresa o recibo de luz o agua a nombre de la empresa que acredite el domicilio de la sociedad
  - Copia del contrato de arrendamiento o recibo de cualquier servicio público del representante legal que acredite su domicilio
  - Copia de la cédula de identidad del representante legal
  - Presentar libros contables (Diario y mayor)
  - Poder Especial del individuo que realizará los trámites ante la DGI con copia de su cédula de identidad
- Elaboración de los certificados de acciones
- Se hace la Matrícula en la Alcaldía Municipal, la cual genera un pago del 1% sobre el capital social. Este trámite dura entre 3 y 4 días

#### **5.9.4. Obligaciones laborales**

Las obligaciones laborales que la empresa adquirirá son:

- Salario acordado

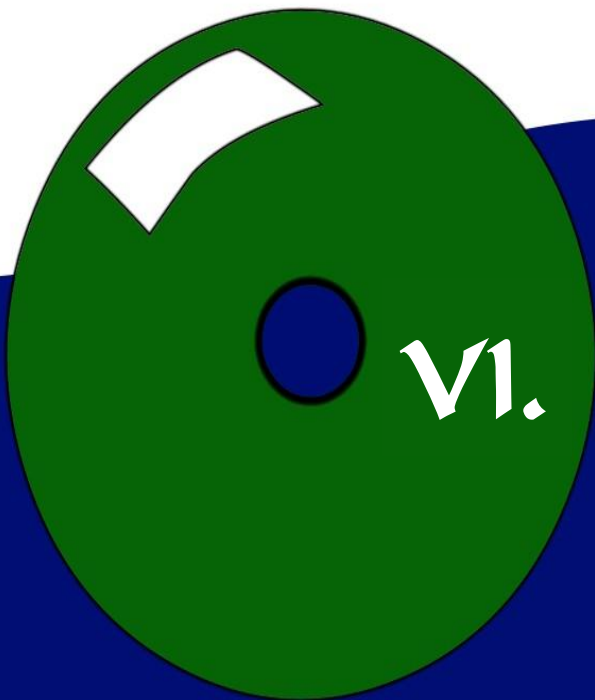


- INSS (15%)
- Vacaciones (15 días por cada 6 meses)
- Treceavo mes (un mes de salario)
- Horas Extras (pago doble de las horas laborales)
- Viáticos (cuando corresponda)

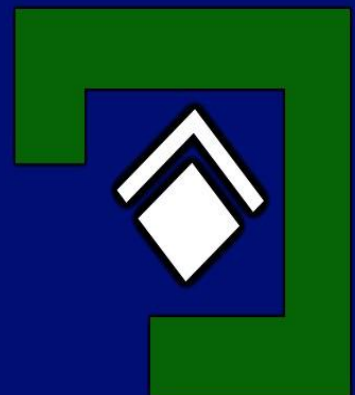


# Ius Learning, S.A.

Lectura Digital



## Finanzas



## **6. Finanzas**

---

### **6.1. Objetivos**

---

#### **6.1.1. Objetivos en el área de contabilidad**

- Tener en forma organizada registros de todas las cuentas de la empresa.
- Dar seguimiento constante al estado financiero de la empresa, mediante los indicadores financieros.
- Impulsar el desarrollo económico de la empresa buscando opciones que permitan ahorrar en costos y gastos para incrementar nuestro rendimiento general.
- Proponer proyectos de inversión rentables.
- Asesorar el consejo superior administrativo para la toma de decisiones.

#### **6.1.2. Corto plazo**

- Determinar todos los costos y gastos en los que vamos a incurrir en el ejercicio de nuestra empresa.
- Obtener márgenes de venta USD\$ 42,000 de tal manera que siempre se mantenga el ingreso superior a nuestro punto de equilibrio.

#### **6.1.3. Mediano plazo**

- Realizar proyecciones de flujo en efectivos y Estados financieros.

#### **6.1.4. Largo plazo**

- Probar el rendimiento de la empresa mediante los indicadores financieros (prueba de ácido, índice de liquidez, razones financieras, punto de equilibrio, etc.)
- Proponer proyectos de inversión rentables que nos permita expandirnos en nuestro mercado.

## 6.2. Sistema contable de la empresa

### 6.2.1. Contabilidad de la empresa

El sistema contable de la empresa será manejado por Freddy Vanegas, quien es el responsable de contabilidad. Su sueldo mensual es de USD\$ 154.82. Dados los conocimientos que posee no requerirá de capacitación alguna.

### 6.2.2. Catálogo de cuentas



IUS LEARNING, S.A	
CATALOGO DE CUENTAS	
No. de Cuenta	Descripción
<b>10000</b>	<b>ACTIVOS</b>
<b>11100</b>	<b>CAJA</b>
<b>11110</b>	Moneda nacional
<b>11120</b>	Moneda extranjera
<b>11200</b>	<b>BANCOS</b>
<b>11210</b>	Moneda nacional
<b>11211</b>	CTA Corriente N° 24-020-1658
<b>11212</b>	CTA de Ahorro N° 600-346-5258
<b>11213</b>	Depósitos a Plazo Fijo
<b>11220</b>	Moneda extranjera
<b>11221</b>	CTA Corriente N° 24-010-1658
<b>11222</b>	CTA de Ahorro N° 400-346-5258
<b>11223</b>	Depósitos a Plazo Fijo
<b>11300</b>	<b>CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR</b>
<b>11310</b>	<b>CLIENTES</b>
<b>11311</b>	
<b>11320</b>	DOCUMENTOS POR COBRAR
<b>11321</b>	
<b>11330</b>	PRESTAMOS A EMPLEADOS
<b>11331</b>	
<b>11340</b>	OTRAS CUENTAS POR COBRAR
<b>11341</b>	
<b>11400</b>	<b>INVENTARIOS</b>
<b>11410</b>	PRODUCTO TERMINADO
<b>11411</b>	Ius learning





11420	PRODUCTOS EN PROCESO
11421	Discos
11422	Etiquetas
11423	Empaques
11424	Manuales
11430	MATERIALES
11431	Discos
11432	Etiquetas
11433	Empaques
11434	Manuales
11435	Volantes
11440	MERCADERIA EN TRANSITO
11441	
12000	<b>ACTIVO FIJO</b>
12100	<b>TERRENOS</b>
12110	
12200	<b>EDIFICIOS</b>
12210	
12300	<b>EQUIPO DE TRABAJO</b>
12310	MAQUINARIA
12311	Computadora
12312	Escáner
12313	Quemador y etiquetador
12314	Mesas de trabajo
12315	Sillas secretariales
12316	Otros
12400	<b>MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA</b>
12410	ADMINISTRACION
12411	Computadoras
12412	Exhibidor
12413	Escritorio
12414	Archivador
12415	Estantes
12416	Sillas secretariales y/o ejecutivas
12420	VENTAS
12421	Proyector
12900	<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>
12910	EDIFICIOS
12920	MAQUINARIA
12930	ADMINISTRACION





<b>12940</b>	<b>VENTAS</b>
<b>13000</b>	<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>
<b>13100</b>	<b>GASTOS DE INSTALACION</b>
<b>13200</b>	<b>RENTAS PAGADAS POR ANTICIPADO</b>
<b>13300</b>	<b>SEGUROS PAGADOS POR ANTICIPADO</b>
<b>20000</b>	<b>PASIVOS</b>
<b>21000</b>	<b>PASIVO CIRCULANTE</b>
<b>21100</b>	<b>PROVEEDORES</b>
<b>21120</b>	Proveedores Extranjeros
<b>21121</b>	
<b>21200</b>	<b>CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR</b>
<b>21210</b>	
<b>21300</b>	<b>PRESTAMOS POR PAGAR CP</b>
<b>21310</b>	
<b>21400</b>	<b>GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR</b>
<b>21410</b>	Sueldos, salarios y prestaciones sociales
<b>21411</b>	Nomina por pagar
<b>21412</b>	Aguinaldo
<b>21413</b>	Vacaciones
<b>21414</b>	Indemnizaciones
<b>21420</b>	Servicios Públicos
<b>21421</b>	INSS 16%
<b>21422</b>	Unión Fenosa
<b>21423</b>	Inatec 2%
<b>21424</b>	Enacal
<b>21425</b>	Enitel
<b>21426</b>	Telefonía Celular
<b>21427</b>	Internet
<b>21428</b>	Papelería y útiles de oficina
<b>21429</b>	Combustibles y lubricantes
<b>21500</b>	<b>RETENCIONES POR PAGAR</b>
<b>21510</b>	INSS 6.25%
<b>21520</b>	IVA 15%
<b>21600</b>	<b>INTERESES POR PAGAR</b>
<b>21610</b>	Intereses Bancarios
<b>21900</b>	<b>IR POR PAGAR</b>
<b>21910</b>	IR POR PAGAR
<b>22000</b>	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>
<b>22100</b>	Cuentas y Documentos por pagar LP





<b>22200</b>	Prestamos por pagar LP
<b>30000</b>	<b>CAPITAL SOCIAL AUTORIZADO</b>
<b>31000</b>	APORTE DE LOS SOCIOS
<b>32000</b>	UTILIDAD (PERDIDA) ACUMULADA
<b>33000</b>	UTILIDAD (PERDIDA) DEL PERIODO
<b>3900</b>	RESERVA LEGAL
<b>4000</b>	<b>VENTAS</b>
<b>41000</b>	CORDOBAS
<b>42000</b>	DOLARES
<b>43000</b>	<b>COSTOS DE VENTAS</b>
<b>43100</b>	<b>Sueldos, salarios y prestaciones sociales</b>
<b>43111</b>	Nomina por pagar
<b>43112</b>	Aguinaldo
<b>43113</b>	Vacaciones
<b>43114</b>	Indemnizaciones
<b>44000</b>	CONSUMO DE MATERIA PRIMA
<b>44100</b>	
<b>45000</b>	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION
<b>45900</b>	DEPRECIACION ACUMULADA
<b>50000</b>	<b>GASTOS GENERALES</b>
<b>51000</b>	<b>GASTOS DE VENTAS</b>
<b>51100</b>	Sueldos, salarios y prestaciones sociales
<b>51111</b>	Sueldos y salarios
<b>51112</b>	Vacaciones
<b>51113</b>	Aguinaldo
<b>51114</b>	Indemnizaciones
<b>51115</b>	Comisiones
<b>51116</b>	Viáticos
<b>51200</b>	<b>INSS</b>
<b>51210</b>	Aporte Patronal
<b>51300</b>	<b>DEPRECIACIONES</b>
<b>51310</b>	
<b>51400</b>	<b>OTROS GASTOS DE VENTAS</b>
<b>51410</b>	Inatec 2%
<b>51420</b>	Agua y alcantarillado
<b>51430</b>	Energía eléctrica
<b>51440</b>	Telefonía Celular
<b>51450</b>	Telefonía Convencional
<b>51460</b>	Internet
<b>51470</b>	Papelería y útiles de oficina





51480	Combustibles y lubricantes
52000	<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>
52100	Sueldos, salarios y prestaciones sociales
52111	Sueldos y salarios
52112	Vacaciones
52113	Aguinaldo
52114	Indemnizaciones
52115	Comisiones
52116	Viáticos
52200	<b>INSS</b>
52210	Aporte Patronal
52300	<b>DEPRECIACIONES</b>
52310	
52400	<b>OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION</b>
52410	INATEC 2%
52420	Agua y alcantarillado
52430	Energía eléctrica
52440	Telefonía Celular
52450	Telefonía Convencional
52460	Internet
52470	Papelería y útiles de oficina
52480	Combustibles y lubricantes
60000	<b>GASTOS (PRODUCTOS) FINANCIEROS</b>
61000	<b>GASTOS FINANCIEROS</b>
61100	Intereses Bancarios
61400	Otros Intereses
62000	<b>PRODUCTO FINANCIERO</b>
62100	Diferencial Cambiaria
65000	<b>OTROS INGRESOS</b>



### 6.2.3. Paquete computacional a utilizar

Para llevar la contabilidad se utilizará el paquete Excel de Windows 2007 que será utilizado por Freddy Vanegas, quien está capacitado para el uso del software, por lo cual no se incurrirá en gastos de adiestramiento, ni en gasto de licencia del paquete Excel.



## 6.3. Flujo de efectivo

### 6.3.1. Costos y gastos

Los costos son uno de los elementos más importantes en la realización de las proyecciones de la empresa. Éstos se resumen en la siguiente tabla.

Costos variables	Costos fijos
<b>Materia Prima</b>	Renta
	Energía Eléctrica
	Agua
	Teléfono
	Internet
	Gasolina
	Hosting
	Publicidad
	Impuestos Alcaldía y DGI

Por su parte, los gastos de la empresa son los siguientes.

Gastos variables	Gastos fijos
<b>Gastos por Mantenimiento</b>	Gastos de Operación
	Gastos Transporte
	Gastos Administrativos
	Gastos de Ventas
	Gastos de impuestos
	Gastos de depreciación

Ahora calculamos el flujo total correspondiente a los costos y gastos fijos.

<b>Renta</b>	<b>USD\$ 250.00</b>
<b>Agua</b>	USD\$ 17.00
<b>Combustible</b>	USD\$ 120.00
<b>Hosting</b>	USD\$ 100.00
<b>Publicidad</b>	USD\$ 19.60
<b>Salarios</b>	USD\$ 913
<b>Prestaciones sociales</b>	USD\$ 12.69
<b>Seguro Social 16%</b>	USD\$ 146.08
<b>INATEC 2%</b>	USD\$ 18.26
<b>Imprevistos</b>	USD\$ 160.00
<b>Energía Eléctrica</b>	USD\$ 60.00
<b>Teléfono e Internet</b>	USD\$ 80.00
<b>Papelería y útiles de oficinas</b>	USD\$ 20.00

Depreciación	USD\$ 92
Impuestos	USD\$ 140.00
<b>Total</b>	<b>USD\$ 2146.63</b>

Y para el caso de los costos y gastos variables, tenemos:

Costos Variables	
CD	USD\$0.28
Quemado	USD\$1.75
Empaquetado ( caja y bolsa)	USD\$4.72
Codificación e información (manual de instrucción y códigos de barras)	USD\$1.75
<b>Total</b>	<b>USD\$8.50</b>

### 6.3.2. Capital social

El capital social que requerirá **IUS LEARNING, S.A.** para iniciar operaciones asciende a USD\$ 6600 que será aportado en partes iguales por los socios Gloria Berrios, Tatiana Morales, Enoc Ortega, y Eliette Sánchez.

### 6.3.3 Créditos

Solicitaremos un crédito a una casa comercial de USD\$ 1400 a un plazo de 12 meses a una tasa de interés del 3% mensual sobre saldo. **IUS LEARNING, S.A.**, necesitará contar con una inversión inicial de USD\$ 8900, lo cuales están conformados por el capital social y el préstamo.

A continuación se presenta el procedimiento para el pago del préstamo:

MES	TASA	MONTO/INT	PRINCIPAL	SALDO
	PRESTAMO			USD\$ 1,400.00
1	3%	USD\$ 35.00	USD\$ 116.67	USD\$ 1,283.33
2	3%	USD\$ 32.08	USD\$ 116.67	USD\$ 1,166.67
3	3%	USD\$ 29.17	USD\$ 116.67	USD\$ 1,050.00
4	3%	USD\$ 26.25	USD\$ 116.67	USD\$ 933.33
5	3%	USD\$ 23.33	USD\$ 116.67	USD\$ 816.67
6	3%	USD\$ 20.42	USD\$ 116.67	USD\$ 700.00
7	3%	USD\$ 17.50	USD\$ 116.67	USD\$ 583.33
8	3%	USD\$ 14.58	USD\$ 116.67	USD\$ 466.67
9	3%	USD\$ 11.67	USD\$ 116.67	USD\$ 350.00
10	3%	USD\$ 8.75	USD\$ 116.67	USD\$ 233.33

11	3%	USD\$ 5.83	USD\$ 116.67	USD\$ 116.67
12	3%	USD\$ 2.92	USD\$ 116.67	USD\$ 0.00
13		USD\$ 227.50		
<b>CUOTA NIVELADA</b>		USD\$ 18.96	USD\$ 135.63	

#### 6.3.4. Entradas

En el primer año las entradas se estiman de la siguiente manera:

Concepto	Cantidad
<b>Ingresos por ventas</b>	USD\$ 42000
<b>Capital social</b>	USD\$ 6600
<b>Préstamo</b>	USD\$ 1400
<b>Total</b>	USD\$ 50000

#### 6.3.5. Salidas

Por su parte, las proyecciones de las salidas se estiman de la siguiente manera:

Concepto	Cantidad
<b>Renta</b>	USD\$ 3000
<b>Agua</b>	USD\$ 204
<b>Combustible</b>	USD\$ 1440
<b>Publicidad</b>	USD\$ 235.20
<b>Hosting</b>	USD\$ 1200
<b>Salarios</b>	USD\$ 10956
<b>Prestaciones sociales</b>	USD\$ 152.22
<b>Seguro Social 16%</b>	USD\$ 1752.96
<b>INATEC 2%</b>	USD\$ 219.12
<b>Imprevistos</b>	USD\$ 1920
<b>Energía Eléctrica</b>	USD\$ 720
<b>Teléfono e Internet</b>	USD\$ 960
<b>Papelería y útiles de oficinas</b>	USD\$ 240
<b>Depreciación</b>	USD\$ 1080
<b>Impuestos</b>	USD\$ 140
<b>Total</b>	<b>USD\$ 24219.5</b>

### **6.3.6. Proyecciones del flujo efectivo**

Tomando en cuenta, tanto entradas como salidas, la siguiente tabla muestra la proyección de flujos de efectivo para los siguientes cinco años.

Ius Learning Proyecciones de flujo efectivo (expresado en dólares) del 2011 al 2016						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>I. Desembolso Inicial Inversión</b>						
Costo nuevo activo	(3,300.00)					
Embarques e instalaciones						
Incremento del CTN (Capacidad de Trabajo Neto)	(5,500.00)					
Inversión Inicial	(8,800.00)					
<b>II. Flujo de efectivo operativo * adicional</b>						
Ingresos por venta		42,000.00	44,650.00	44,650.00	53,650.00	53,650.00
Costos Variables		(7,752.00)	(8,066.50)	(8,066.50)	(9,562.50)	(9,562.50)
Costos Fijos		(23,139.50)	(23,612.36)	(23,612.36)	(24,242.60)	(24,242.60)
Depreciación del nuevo equipo &		(1,080.00)	(1,480.50)	(1,700.78)	(1,955.13)	(1,286.01)
Utilidades antes de impuestos (UAI)		9,801.00	11,214.39	10,994.12	17,564.77	18,233.89
Intereses por préstamos (Ip)		(227.50)	(276.25)	(276.25)	(325.00)	(325.00)
Impuestos s/renta 35%		(3,430.35)	(3,925.04)	(3,847.94)	(6,147.67)	(6,381.86)
Utilidad neta		6,370.65	7,289.35	7,146.17	11,417.10	11,852.03
Adición de la depreciación		1,080.00	1,480.50	1,700.78	1,955.13	1,286.01
Flujo neto de efectivo total por año	(8,800.00)	7,450.65	8,769.85	8,846.95	13,372.23	13,138.04
FLUJOS NETOS ACUMULADOS		(1,349.35)	7,420.50	16,267.45	29,639.68	42,777.72

Gloria Berrios  
Gerente General

Tatiana Morales  
Gerente Financiero

## 6.4. Estado financieros proyectados

---

### 6.4.1. Estado de Resultado

La siguiente tabla muestra una consideración del Estado resultados proyectados a un periodo de 12 meses.

<b>IUS LEARNING</b> <b>ESTADO DE RESULTADO</b> <b>DEL 10 DE JULIO DE 2010 AL 9 DE JULIO 2011 (CORTO PLAZO)</b>													
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Primer Año
<b>INGRESOS</b>													
Ventas	1,750.00	2,500.00	5,000.00	5,000.00	3,500.00	2,000.00	2,000.00	4,000.00	4,500.00	5,500.00	4,500.00	1,750.00	42,000.00
<b>Otros ingresos</b>													
Total de Ingresos	1,750.00	2,500.00	5,000.00	5,000.00	3,500.00	2,000.00	2,000.00	4,000.00	4,500.00	5,500.00	4,500.00	1,750.00	42,000.00
<b>COSTOS DE VENTAS</b>													
Compras de Materia prima	977.50	807.50	807.50	892.50	935.00	595.00	552.50	552.50	510.00	510.00	340.00	272.00	7,752.00
Total Costos de Ventas	977.50	807.50	807.50	892.50	935.00	595.00	552.50	552.50	510.00	510.00	340.00	272.00	7,752.00
Utilidad Bruta	772.50	1,692.50	4,192.50	4,107.50	2,565.00	1,405.00	1,447.50	3,447.50	3,990.00	4,990.00	4,160.00	1,478.00	34,248.00
<b>(-) GASTOS DE VENTAS</b>													
Renta	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	3,000.00
Agua	17.00	17.00	17.00	17.00	17.00	17.00	17.00	17.00	17.00	17.00	17.00	17.00	204.00
Combustible	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	1,440.00
Hosting	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00
Publicidad	19.60	19.60	19.60	19.60	19.60	19.60	19.60	19.60	19.60	19.60	19.60	19.60	235.20
Salarios	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	5,940.00
Prestaciones sociales	6.88	6.88	6.88	6.88	6.88	6.88	6.88	6.88	6.88	6.88	6.88	6.88	82.50
Seguro Social 16%	79.20	79.20	79.20	79.20	79.20	79.20	79.20	79.20	79.20	79.20	79.20	79.20	950.40
INATEC 2%	9.90	9.90	9.90	9.90	9.90	9.90	9.90	9.90	9.90	9.90	9.90	9.90	118.80
Imprevistos	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	960.00
Total Gastos de Ventas	1,177.58	1,177.58	1,177.58	1,177.58	1,177.58	1,177.58	1,177.58	1,177.58	1,177.58	1,177.58	1,177.58	1,177.58	14,130.90
<b>(-) GASTOS DE ADMINISTRACION</b>													
Energia Electrica	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	720.00
Telefono e Internet	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	960.00
Salarios	418.00	418.00	418.00	418.00	418.00	418.00	418.00	418.00	418.00	418.00	418.00	418.00	5,016.00
Prestaciones sociales	5.81	5.81	5.81	5.81	5.81	5.81	5.81	5.81	5.81	5.81	5.81	5.81	69.72
Seguro Social 16%	66.88	66.88	66.88	66.88	66.88	66.88	66.88	66.88	66.88	66.88	66.88	66.88	802.56

INATEC 2%	8.36	8.36	8.36	8.36	8.36	8.36	8.36	8.36	8.36	8.36	8.36	8.36	100.32
Papelería y útiles de oficinas	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00
Depreciación de equipos de trabajo	67.50	67.50	67.50	67.50	67.50	67.50	67.50	67.50	67.50	67.50	67.50	67.50	810.00
Depreciación de equipos de oficina	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	270.00
Imprevistos	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	960.00
Impuestos	140.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	140.00
Total Gastos de Administración	969.05	829.05	829.05	829.05	829.05	829.05	829.05	829.05	829.05	829.05	829.05	829.05	10,088.60
(-) Gastos Financieros													
Intereses Bancarios	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	227.50
Total de Gastos Financieros	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	18.96	227.50
TOTAL GASTOS DE OPERACION	2,165.58	2,025.58	2,025.58	2,025.58	2,025.58	2,025.58	2,025.58	2,025.58	2,025.58	2,025.58	2,025.58	2,025.58	24,447.00
Utilidad neta antes IR													9,801.00
IR (35%)													3,430.35
Utilidad Netas después del IR													6,370.65

Gloria Berrios  
Gerente General

Tatiana Morales  
Gerente Financiero



## 6.4.2. Balance General

Balance general proyectado a un periodo de un año se muestra en la siguiente tabla

IUS LEARNING SA BALANCE GENERAL (expresado en dólares) BALANCE GENERAL AL 30 DE JUNIO DE 2011			
ACTIVOS		PASIVOS	
CIRCULANTE	\$	CIRCULANTE	\$
		Proveedores	1,553.00
CAJA	850.00	DOC X PAGAR	-
BANCO	8,970.65	Sub Total Pasivo Circulante	1,553.00
Inventario de Mercancías	977.50		
Sub total Activos Circulantes	10,798.15		
FIJO		FIJO	
Mobiliario y Equipo de oficina	1,500.00	Sub total Pasivo Fijo	-
Depreciación	270.00		
Equipo de trabajo	1,800.00		
Depreciación	810.00	Pasivo Total	1,553.00
Sub total Activo Fijo	2,220.00		
		CAPITAL SOCIAL	
DIFERIDO		APORTE DE LOS SOCIOS	6,294.50
Rentas Pagadas por adelantado	1,200.00	Utilidad del Ejercicio	6,370.65
Sub total Activos Diferidos	1,200.00	TOTAL CAPITAL	12,665.15
TOTAL ACTIVOS	14,218.15	TOTAL K + PASIVOS	14,218.15

Gloria Berrios  
Gerente General

Tatiana Morales  
Gerente Financiero

## 6.5. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros, basados en los estados financieros realizados anteriormente, evaluados al 12avo mes de operación corresponde a:

### CAPITAL NETO DE TRABAJO

$$\text{Activo} - \text{Pasivo circulante} = \text{USD\$10798.15} - \text{USD\$1553} = \$9245.15$$

### PRUEBA DE LIQUIDEZ

$$\text{Activo circulante} / \text{Pasivo circulante} = \text{USD\$10798.15} / \text{USD\$1553} = 6.95$$

### PRUEBA DEL ÁCIDO

$$\frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo circulante}} = \frac{\text{USD\$10798.15} - 977.50}{\text{USD\$1553}} = 6.32$$

### Razones de endeudamiento

$$\text{Pasivos} / \text{Activos} = \text{USD\$1553} / \text{USD\$14218.15} = 0.10$$

$$\text{Capital total} / \text{Activos} = \text{USD\$12665.15} / \text{USD\$14218.15} = 0.89$$

$$\text{Pasivo fijo} / \text{Capital contable} = \text{USD\$1553} / \text{USD\$12665.15} = 0.12$$

### Razones de eficiencia y operación

### MARGEN NETO DE UTILIDADES

$$\text{Utilidad netas después de IR} / \text{Ventas} = \text{USD\$6370.65} / \text{USD\$42000} = 0.15$$

### MARGEN DE UTILIDADES OPERACIONALES

$$\text{Utilidades de operación} / \text{Ventas} = \text{USD\$6370.65} / \text{USD\$42000} = 0.15$$

### MARGEN BRUTO DE UTILIDADES

$$\frac{\text{Ventas} - \text{costos de ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{USD\$42000} - \text{USD\$7752}}{\text{USD\$42000}} = 0.81$$

### RENDIMIENTO DE LA INVERSION

$$\text{Utilidad neta después de IR} / \text{Activos totales} = \text{USD\$6370.65} / \text{USD\$14218.15} = 0.44$$

### RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL

$$\text{Utilidad neta después del IR} / \text{Capital} = \text{USD\$6370.65} / \text{USD\$12665.15} = 0.50$$

### ROTACIÓN DE ACTIVO TOTAL

$$\text{Ventas anuales} / \text{Activo total} = \text{USD\$ 42000} / \text{USD\$14218.15} = 2.95$$

### ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO

$$\text{Ventas anuales} / \text{Activo fijo} = \text{USD\$42000} / \text{USD\$2220} = 18.91$$

### **6.5.1. Interpretación de las razones financieras**

A través de la prueba de liquidez y del ácido, puede observarse que la empresa contará con suficiente capacidad para cubrir sus pasivos del corto plazo hasta 6.95 veces, inclusive sin depender de la venta de sus inventarios.

La razón del capital de trabajo es muy alta por tanto se afirma que hay mas activos que pasivos y que **IUS LEARNING** es una empresa económicamente segura.

En cuanto a la rentabilidad, con respecto a los ingresos por ventas, el cual es de 0.15, considerando los impuestos sobre la Renta (IR) a pagar en el primer año, se considera que la empres cuenta con buena eficiencia en sus operaciones y marcha por buen camino. Se observa así mismo una rotación de activo total de 2.95 veces anualmente, lo cual se traduce en que las ventas netas del primer año traspasaran el valor de los activos totales al finalizarlo.

Las razones de endeudamiento del 0.89% de la empresa IUS LEARNING, S.A le pertenece a los socios. El resto que equivale al 0.22% se debe solamente a los proveedores.

## **6.6. Supuestos utilizados en las razones financieras**

---

### **6.6.1 Ventas**

- En el estado de resultado se consideró un 10.6 % de los servicios públicos para gastos de ventas y el 89.4 % de los gastos de administración.
- En el primer mes consideramos vender 35 unidades, así como se incrementen las ventas en los meses de Julio, Agosto, Septiembre, Febrero, Marzo y Abril debido a los periodos de inicio de semestre académico.
- Pretendemos vender 840 unidades en el primer año y utilizar 30 unidades en términos de regalías a las facultades y docentes de las Ciencias Jurídicas de las diferentes universidades.
- Asumimos que tres de las personas que laboran en la empresa pertenecen al área de administración y tres al área de ventas.

### **6.6.2 Depreciación**

Se calcula una depreciación de mobiliario de oficina a cinco años en línea recta con valor residual. Por otro lado, la depreciación del equipo del trabajo se calcula a dos años, por ser equipos tecnológicos.

### **6.6.3. Créditos**

Se considera un préstamo en una casa comercial de USD\$1400 a un plazo de doce meses y una tasa de interés de un 3 % mensual sobre saldo. **IUS LEARNING, S.A.**, constara con una inversión inicial de USD\$6600, los cuales están conformados por el capital social y el préstamo obtenido.

#### 6.6.5. Valor anual neto y tasa interna de retorno (VAN, TIR)

VPN	USD\$10,829.35
TIR	89%

Para el cálculo del VAN tomamos una tasa de descuento del 30%.

### 6.7 Sistema de financiamiento

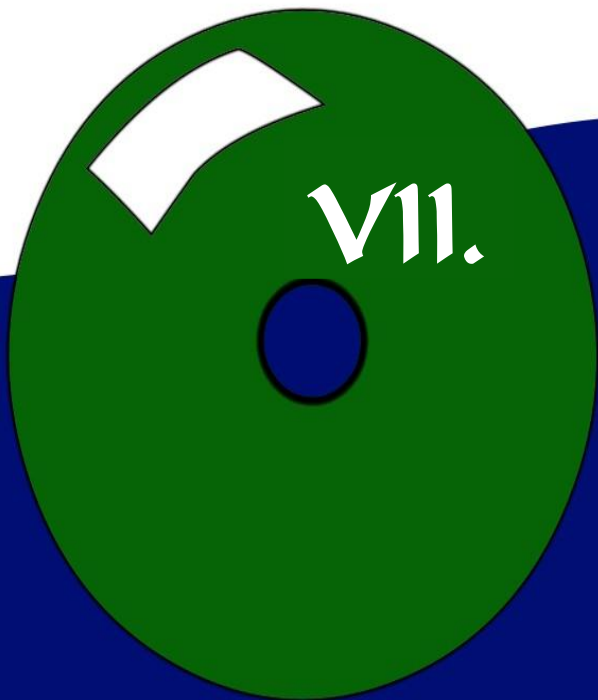
---

Después de analizar todas las opciones financieras, hemos decidido optar por la financiera FINARCA, debido a que esta ofrece grandes ventajas a las MIPYMEs. Nos ofrece tasas de interés y plazos muy competitivos en el mercado.

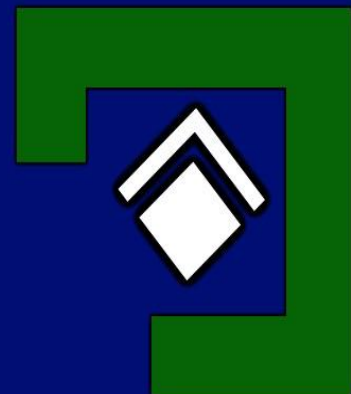


# Ius Learning, S.A.

Lectura Digital



## Plan de Trabao



## 7. Plan de trabajo

Las distintas actividades, así como su duración, se muestran en la siguiente tabla:

No.	Actividad	Duración (días)	Inicio	Fin
<b>1</b>	<b>Mercadotecnia</b>	<b>14</b>		
2	Desarrollar una investigación del mercado (número de clientes potenciales, consumo aparente, demanda potencial)	2	15/03/2010	17/03/2010
3	Elaborar un análisis de la competencia	2	18/03/2010	19/03/2010
4	Llevar a cabo el estudio de mercado	3	22/03/2010	24/03/2010
5	Establecer el sistema de distribución	1	25/03/2010	25/03/2010
6	Definir la publicidad de la empresa	1	26/03/2010	26/03/2010
7	Diseñar etiquetas, anuncio, logos, eslogan, nombre comercial, etc.	3	29/03/2010	31/03/2010
8	Definir sistema de producción	2	1/04/2010	2/04/2010
<b>9</b>				
<b>10</b>	<b>Producción</b>	<b>23</b>		
11	Diseño del servicio	3	7/04/2010	9/04/2010
12	Definición del proceso de producción	2	12/04/2010	13/04/2010
13	Determinar y diseñar las instalaciones	2	14/04/2010	15/04/2010
14	Definir los requerimiento de mano de obra	2	16/04/2010	19/04/2010
15	Adquirir la tecnología necesaria	3	20/04/2010	22/04/2010
16	Identificar y seleccionar proveedores de equipos herramientas y materias primas	2	23/04/2010	26/04/2010
17	Obtener el equipo y herramientas necesarias para llevar a cabo el proceso de producción	2	27/04/2010	28/04/2010
18	Establecer el proceso de compra y control de inventario de la empresa	2	29/04/2010	30/04/2010
19	Comprar equipos para la prestación de servicio	2	03/05/2010	04/05/2010
20	Diseñar el sistema de calidad de la empresa	3	05/05/2010	07/05/2010
<b>21</b>				
<b>22</b>	<b>Organización</b>	<b>10</b>		
23	Definir las funciones de la empresa y el personal que llevara a cabo las mismas	3	10/05/2010	12/05/2010
24	Diseñar la estructura organizacional de la empresa	2	13/05/2010	14/05/2010
25	Establecer los perfiles de cada puesto	1	17/05/2010	17/05/2010
26	Diseñar el proceso de reclutamiento, selección contratación e inducción del personal	2	18/05/2010	19/05/2010
27	Diseñar y establecer los procedimientos de relaciones laborales de la empresa	2	20/05/2010	21/05/2010
<b>28</b>				
<b>29</b>	<b>Aspectos legales de implantación y operación</b>	<b>5</b>		
30	Definición del régimen de la constitución de la empresa	2	24/05/2010	25/05/2010
31	Tramites de implantación	1	26/05/2010	26/05/2010
32	Tramite fiscal	1	27/05/2010	27/05/2010

33	Tramite laborales	1	28/05/2010	28/05/2010
4				
35	<b>Finanzas</b>	<b>20</b>		
36	Adquisición de información para elaboración de proyectos financieros	2	31/05/2010	01/06/2010
37	Elaboración de proyecciones financieras de la empresa y evaluación financiera de la misma	6	02/06/2010	09/06/2010
38	Establecimiento del proceso contable a seguir	2	10/06/2010	11/06/2010
39	Diseño al catálogo de cuentas a utilizar	2	14/06/2010	15/06/2010
40	Selección de software a utilizar en el proceso contable de la empresa	1	16/06/2010	16/06/2010
41	Adquisición del sistema contable	2	17/06/2010	18/06/2010
42	Contratación del personal que llevara el proceso contable de la empresa	2	21/06/2010	22/06/2010
43	Investigación del sistema de financiamiento	1	23/06/2010	23/06/2010
44	Tramites de obtención de apoyos financieros	2	24/06/2010	25/06/2010
<b>Total No de días</b>		<b>72</b>		



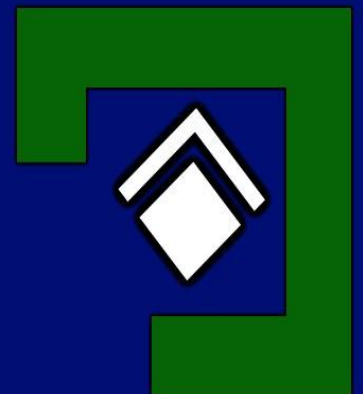
# Ius Learning, S.A.

Lectura Digital



vii.

## Anexos





## 8. Anexos

---

En la sección de anexos hemos colocado toda la información pertinente que puede respaldar y complementar los datos indicados a lo largo del trabajo

- **Encuesta**

Cuestionario no. \_\_\_\_\_

### **Demanda Potencial de Biblioteca Jurídica Digital Abril 2010**

Buen día. Somos estudiantes de la Universidad Americana de la carrera de Diplomacia y Relaciones Internacionales. En Seminario de Desarrollo de Emprendedores, estamos desarrollando el proyecto de una Biblioteca Jurídica Digital dirigida a profesionales y estudiantes del derecho y carreras afines. Con el propósito de obtener su opinión respecto a nuestro proyecto, le solicitamos su apoyo completando la información de la presente encuesta. Gracias.

Universidad: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: 1 F ( ) 2 M ( )

#### **V1. ¿Por qué estudias la carrera de Derecho?**

---

---

#### **V2. En la actualidad para cumplir con tus trabajos de Derecho, ¿dónde realizas tus consultas? (Marque la más utilizada)**

Biblioteca Universitaria ☐ 1      Libros propios ☐ 2      Internet ☐ 3

Otras fuentes de consulta, especifique \_\_\_\_\_

#### **V3. ¿Las fuentes de consulta te brindan toda la información que necesitas?**

Si ☐ 1      No ☐ 2

#### **V4 ¿Qué medio sugieren los docentes para realizar las consultas en materia de Derecho?**

Libro ☐ 1      CD ☐ 2      Páginas virtuales ☐ 3

Otro, especifique \_\_\_\_\_

#### **V5. ¿Qué medio considera Usted más apropiado para realizar consultas en materia de Derecho?**

Libro ☐ 1      CD ☐ 2      Páginas en Internet ☐ 3

Otro, especifique \_\_\_\_\_

**V6. Si se presentara una Biblioteca Jurídica Digital (BJD) en formato CD conteniendo la bibliografía básica para consultar todas las materias de Derecho, ¿estarías dispuesto a adquirirla?**

Si ☐ 1      No ☐ 2      Tal vez ☐ 2

**V7. ¿Qué características considera apropiadas en una Biblioteca Jurídica Digital (BJD)?**

Bibliografía de autores reconocidos ☐ 1    Rápido acceso ☐ 2      Fácil manejo ☐ 3

Información actualizada ☐ 4      Contenido adecuado al pensum ☐ 5

Lectura en alta resolución ☐ 6

**V8. ¿Cuánto pagarías por una Biblioteca Jurídica Digital adecuado a tu pensum en formato CD?**

\$45.00 – \$54.99 ☐ 1      \$55.00 - \$64.99 ☐ 2      \$65.00 - \$74.99 ☐ 3

**V9. ¿Quién financia sus estudios universitarios?**

Padres ☐ 1      Beca universitaria ☐ 2      Ambos ☐ 3      Instituciones Financieras ☐ 4

**V10. En caso de estar interesado en una Biblioteca Jurídica Digital (BJD), ¿dónde le gustaría obtenerla?**

Librerías ☐ 1      Facultades ☐ 2      Tiendas Comerciales ☐ 3

Otros puntos de venta, especifique \_\_\_\_\_

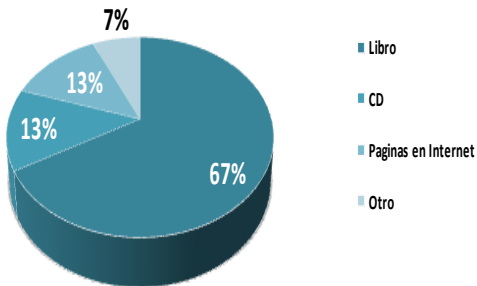
**V11. ¿A través de qué medio le gustaría informarse de la oferta de una Biblioteca Jurídica Digital (BJD) en formato CD?**

Periódico ☐ 1      Visitas a recintos ☐ 2      Internet ☐ 3

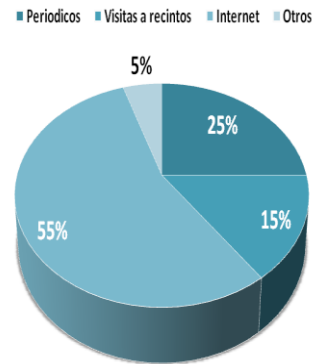
Otro medio de información, especifique \_\_\_\_\_

Resultados gráficos de la encuesta

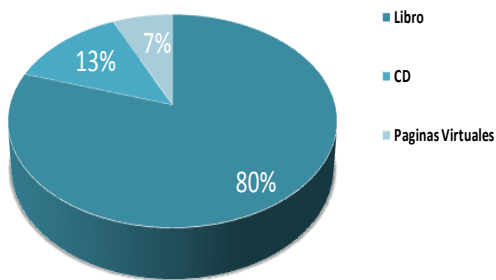
¿Qué medio considera Usted mas apropiado para realizar consultas en materia de Derecho?



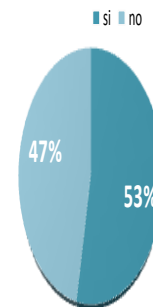
¿A través de que medio le gustaria informarse de la oferta de una Biblioteca Juridica Digital en formato CD?



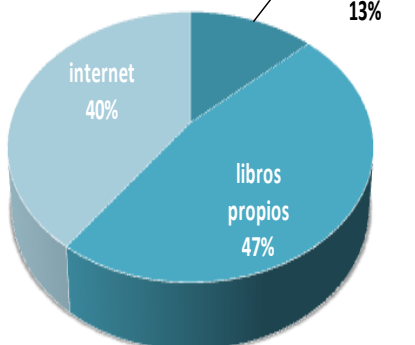
¿Qué medios sugieren los docentes para realizar las consultas en materia de Derecho?



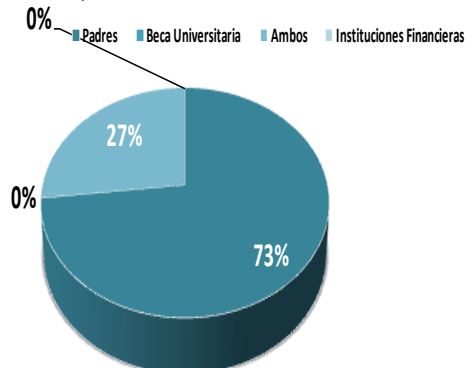
¿Las fuentes de consulta te brindan toda la informacion que necesitas?



¿Dónde realizas tus consultas?



¿Quién financia tus estudios universitarios?



- **Código de ética de la empresa Ius Learning**

### **Valores transversales**

Hemos diseñado estas recomendaciones que puestas en práctica nos darán las soluciones deseadas para operar dentro de un marco ético y transparente. Los valores humanos son esenciales para crear un ambiente ético y éstos deben de prevalecer en nuestras actitudes, como enfatizar la honestidad, el valor de la palabra y el ejemplo de los socios para motivar cambios en los valores morales y cívicos de los empleados.

- **El respeto a la dignidad humana**

El respeto a la dignidad de la persona, es el valor primario y universal con muchas consecuencias. Ubicarlo como primer valor no es sólo una necesidad lógica sino una declaración de finalidad respecto a la concepción de nuestra empresa.

Pero ¿Cómo lograr este respeto? Normando cada una de nuestras acciones de lo más íntimo a lo más externo, a como veremos a continuación:

- **Concepto de nosotros mismos**

Es el esforzarnos por ser mejores personas en todo sentido y por ser personas libres, responsables; con unidad y coherencia de vida y con aspiraciones. Conocer y utilizar al máximo nuestra capacidad operativa para satisfacer cualquier necesidad propia, la de otros miembros de la organización y, en particular, de nuestros clientes.

- **Credibilidad**

Confianza en alguien por sus cualidades, logros y los hechos positivos que respaldan su conducta.

- **Integridad**

Entereza y rectitud de conducta; vivir de acuerdo con principios y valores éticos; probidad y coherencia personal.

- **Honestidad**

Conducta recta, que lleva a observar normas y compromisos, teniendo en cuenta principios y valores éticos.

- **Pro-actividad**

Es la capacidad de accionar y no sólo de reaccionar. Es la decisión firme de tomar las iniciativas, correr riesgos razonables, planificar y luchar por alcanzar nuestras metas e ideales.

La actitud de servicio nos estimula a mejorar los procedimientos, actitudes y características del servicio que ofrecemos. Conviene recordar que debemos desarrollar nuestra iniciativa para dar sugerencias a los distintos gerentes para que sean una muestra del empeño que tenemos en mejorar profesionalmente.

- **Afán de alcanzar la metas**

Nuestra pro actividad es particularmente importante al orientar nuestros esfuerzos a proponernos metas para alcanzar nuestros objetivos, y para apoyar a los demás, en este esfuerzo sabemos que lo mejor es ejecutar nuestro trabajo sin pretextos o excusas. Dar un adecuado seguimiento a las metas personales, a diario, redundará en beneficio de todos porque todos obtendremos resultados.

- **Iniciativa**

Afán de hacer las cosas, de encontrar salidas y soluciones; capacidad de innovación y decisión para replantear las cosas.

- **Responsabilidad**

Entendemos este valor como la voluntad de asumir las consecuencias de nuestras acciones, responder por los resultados y no sólo por los esfuerzos.

Nuestro negocio debe ser un negocio de confianza y de prudente apreciación del riesgo, y la confianza, y nuestras acciones deben ser predecibles porque siempre son éticas, observando todas las normativas vigentes en la empresa con rigor.

- **Coherencia de vida**

Para generar y transmitir esa confianza nos apoyamos en nuestra vida personal. El ámbito de nuestro mundo privado–personal y familiar es un valioso incentivo para nuestro trabajo diario.

A partir de eso, tenemos en cuenta que para actuar de manera inmediata y espontánea en la dirección correcta, nos comportamos como somos en todos los aspectos de nuestra vida. Por eso procuramos ser coherentes con nuestro estilo de vida profesional: de por sí exigente y ejemplar.

- **Confidencialidad**

Quizá el activo más importante que manejamos es la información que generan nuestras decisiones de negocios. La usamos libre y ágilmente, pero para la finalidad establecida: la permanencia en el largo plazo de nuestra empresa.

- **Lealtad**

Debemos de buscar alternativas a esas propuestas que no son éticas en nuestras negociaciones diarias y mantener nuestra lealtad a la cultura de ética de nuestra empresa.

- **Compromiso**

Convertir una promesa en realidad; cumplir lo prometido, pactado u ofrecido formal o informalmente.

- **Veracidad**

La veracidad es el reflejo de la realidad sin alteraciones. Es importante aclarar a nuestras contrapartes cuando estamos transmitiendo datos y cuando estamos transmitiendo nuestra opinión en torno a hechos, situaciones, etc. Asimismo, debemos evitar contar los hechos a medias pues dicha transmisión de información se convierte en una mentira.

La veracidad tiene réditos aún desde el punto de vista económico, cualquier persona prefiere hacer negocios con alguien que tiene un “récord” de decir siempre la verdad que con alguien que no siempre dice la verdad o dice la verdad a medias.

- **Transparencia**

Sinceridad en el actuar, en el pensar y en el decir; conducta clara, disposición a que la propia actuación esté sometida a normas y reglas claras.

- **Profesionalidad**

Respuesta eficaz en la gestión que facilite un servicio de excelencia con conciencia económica, amor al trabajo y la convicción de brindar lo mejor de sí con alto sentido del deber social adquirido.

- Laboriosidad

Uno de los activos más valiosos al servicio de todos los miembros de la empresa es el tiempo que dedicamos a nuestro trabajo diario. Se trata de un tiempo productivo, eficaz y eficiente. Por eso a ninguno de nosotros se le ocurre restar horas a la ejecución de las tareas entre manos.

- Disciplina

Seguir unas normas y unos procedimientos necesarios, procurando vivirlos más por convencimiento que por la imposición autoritaria de las mismas.

- Perseverancia

Luchar constantemente a lo largo del tiempo por alcanzar las metas propuestas, aunque surjan dificultades.

### **Relación con los empleados**

Promover el trabajo decente sustentado en los principios y derechos fundamentales del trabajo que figuran en la Declaración de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) de 1998, ratificados por Nicaragua.

Respetar la dignidad humana, los derechos y obligaciones inalienables de los trabajadores y colaboradores especificados en las leyes nacionales, cumpliendo con el marco legal establecido en nuestro país para remuneración y pago de sus prestaciones sociales, de salud, seguridad social y pensiones.

Promover un vocabulario de respeto, amistad y compañerismo entre los diferentes actores dentro de la empresa.

Promover en los empleados y colaboradores el respeto hacia la empresa, los clientes, proveedores y demás agentes con que se relacionan.

Promover políticas de remuneración con base en el merito laboral, productividad e índices de desempeño.

Promover su desarrollo integral, capacitación y bienestar. Crear políticas y planes empresariales que fomenten el desarrollo del personal.

Promover acciones y condiciones donde los empleados se sientan partícipes en el desarrollo de la empresa.

Promover la divulgación de los valores de una cultura ética al interior de la empresa basados en aspectos antes mencionados como respeto a la dignidad humana, honestidad, así como ambiente de reciprocidad entre empleador y empleado.

Estos principios no limitan el derecho de una empresa a esforzar disciplinas a su talento humano de acuerdo a las leyes laborales del país.

### **Relación con clientes y proveedores**

- Clientes

Declarar al cliente como el centro de nuestra actividad y fundamento de nuestra empresa.

Tratar a los clientes dentro de un marco de transparencia y ética garantizando las expectativas deseadas, desarrollando ambientes de credibilidad y confianza.

Las empresas deben de desarrollar una cultura de servicio al cliente dentro de toda la estructura organizativa de la empresa para garantizar la excelencia.

- Proveedores

Definir políticas y normas claras dentro de las relaciones empresa, acreedores y proveedores.

Mantener lealtad y ética hacia los proveedores desarrollando controles administrativos dentro de la empresa para evitar actos anti-éticos.

Hacer a proveedores y acreedores partícipes del crecimiento de la empresa construyendo relaciones y alianzas de largo plazo.

Desarrollar mecanismos de información y control que eviten actos ilícitos entre empleados tanto del lado de los proveedores y acreedores como de la empresa.

Promover la relación ganar-ganar que permita el desarrollo de la empresa y proveedores (desarrollo de alianzas de desarrollo mutuo).

Cumplir cabalmente con las obligaciones legales y contractuales.

Crear mecanismos hábiles de mediación y arbitraje entre proveedores y las empresas para la solución de las controversias y evitar los costosos mecanismos legales.

Comunicación e información al público (Publicidad)

La información presentada al público en general debe de ser clara, precisa y honesta.

Promover la publicidad que lleve congruencia entre los productos y/o servicios que se ofrecen.

No utilizar publicidad para competencia desleal y desprestigiar a otros sin base, para descalificar a competidores.

Respetar el derecho del consumidor a ser informado correctamente de los productos y sus contenidos.

Realizar publicidad apegada al marco jurídico que contemple la ley de defensa al consumidor y que sea detallada con veracidad, y que pueda ser verificable.

### **Prácticas financieras**

Promover la transparencia en las transacciones del gerente financiero y el contador público, manteniendo el compromiso de los directivos de la empresa.

Fijar normas de la contabilidad aplicable para todos dentro de la empresa (controles, informaciones, etc.).

Mantener auditorías externas de una manera periódica, asegurándose de tener siempre al día los documentos financieros de la empresa.

Crear un clima dentro de la empresa, donde se puedan tocar temas financieros en caso de necesidad independiente del puesto.

Informar con veracidad sobre la situación económica y financiera de la empresa.

## Junta Directiva

Promover valores éticos y morales dentro de la Junta Directiva, para tener éxito en sus funciones.

Asumir responsabilidades administrativas en la toma de decisiones y en el suministro de información.

Evitar los conflictos de interés entre los miembros de las Juntas Directivas que estén entrelazados en otras compañías.

La Junta Directiva debe preocuparse por crear un comportamiento ético en la empresa.

La Junta Directiva debe cumplir las leyes y promover la promulgación de leyes anticorrupción y que se apliquen sin excepción incluyendo las sanciones apropiadas.

Respetar las relaciones con otras empresas con las que se tengan relaciones de negocios, siempre respetando contratos de negociación.

Contemplar dentro de la misión y visión empresarial fundamentos éticos con respecto a la responsabilidad social de la empresa.

### ■ Finanzas

ESTADO RESULTADO PROYECTADO (Dollar)						
	Mensual	Primer año	Segundo año	Tercer año	4to año	5to año
<b>INGRESOS</b>						
Ventas	1,750.00	42,000.00	44,650.00	44,650.00	53,650.00	53,650.00
Otros ingresos	-	-	-	-	-	-
<b>Total de Ingresos</b>	1,750.00	42,000.00	44,650.00	44,650.00	53,650.00	53,650.00
<b>COSTOS DE VENTAS</b>						
Compras de Materia prima	977.50	7,752.00	8,066.50	8,066.50	9,562.50	9,562.50
<b>Total Costos de Ventas</b>	977.50	7,752.00	8,066.50	8,066.50	9,562.50	9,562.50
<b>Utilidad Bruta</b>	772.50	34,248.00	36,583.50	36,583.50	44,087.50	44,087.50
<b>(-) GASTOS DE VENTAS</b>						
Renta	250.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Agua	17.00	204.00	204.00	204.00	204.00	204.00
Combustible	120.00	1,440.00	1,440.00	1,440.00	1,440.00	1,440.00
Publicidad	19.60	235.20	235.20	235.20	235.20	235.20
Hosting	100.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Salarios	495.00	5,940.00	5,940.00	5,940.00	5,940.00	5,940.00
Prestaciones sociales	6.88	82.50	82.56	82.56	82.50	82.50
Seguro Social 16%	79.20	950.40	950.40	950.40	950.40	950.40
INATEC 2%	9.90	118.80	118.80	118.80	118.80	118.80
Imprevistos	80.00	960.00	960.00	960.00	960.00	960.00



Total Gastos de Ventas	1,177.58	14,130.90	14,130.96	14,130.96	14,130.90	14,130.90
<b>(-) GASTOS DE ADMINISTRACION</b>						
Energia Electrica	60.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
Telefono e Internet	80.00	960.00	960.00	960.00	960.00	960.00
Salarios	418.00	5,016.00	5,412.00	5,412.00	5,940.00	5,940.00
Prestaciones sociales	5.81	69.72	75.24	75.24	82.50	82.50
Seguro Social 16%	66.88	802.56	865.92	865.92	950.40	950.40
INATEC 2%	8.36	100.32	108.24	108.24	118.80	118.80
Papeleria y utiles de oficinas	20.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
Depreciacion de equipos de trabajo	67.50	810.00	1,210.50	1,430.78	1,686.93	1,017.81
Depreciacion de equipos de oficina	22.50	270.00	270.00	270.00	268.20	268.20
Imprevistos	80.00	960.00	960.00	960.00	960.00	960.00
Impuestos	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00
Total Gastos de Administracion	969.05	10,088.60	10,961.90	11,182.18	12,066.83	11,397.71
<b>(-) Gastos Financieros</b>						
Intereses Bancarios	18.96	227.50	276.25	276.25	325.00	325.00
Total de Gastos Financieros	18.96	227.50	276.25	276.25	325.00	325.00
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACION</b>	<b>2,165.58</b>	<b>24,447.00</b>	<b>25,369.11</b>	<b>25,589.39</b>	<b>26,522.73</b>	<b>25,853.61</b>
Utilidad neta antes IR		9,801.00	11,214.39	10,994.12	17,564.77	18,233.89
IR (35%)		3,430.35	3,925.04	3,847.94	6,147.67	6,381.86
Utilidad Netas después del IR	-	1,393.08	6,370.65	7,289.35	7,146.17	11,417.10
					11,417.10	11,852.03

PLANILLA DEL PERSONAL DE IUS LEARNING  
EN EL CORTO PLAZO (12 MESES)  
Tipo de cambio 21.15

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
		Calculo de Nomina total						Asignación de los Costos a Nomina sobre Devengado							
		TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	INSS	IR	NETO	PENDIENTE PAGO TRAB.		PENDIENTE PAGO AL ESTADO				
		SALARIO	SALARIO	SALARIO	SALARIO	LABORAL	LABORAL	A PAGAR	VACACIONES	13AVO	INSS EMP	INATEC	ASIGNACION	TOTAL SALARIO	
No.	Nombres y Apellidos	ORDINARIO	X PRODUCCION	EXTRA	DEVENGADO	6.25%	0.05	MES	TSD/12	TSD/12	16%	2%		C\$	USD\$
1	Gloria Walkiria	3,172.5	317.25	-	3,489.75	218.11	163.58	3,108.06	290.81	290.81	651.42	81.43	1,314.47	4,804.22	227.15
2	Tatiana Morales	3,172.50	317.25	-	3,489.75	218.11	163.58	3,108.06	290.81	290.81	651.42	81.43	1,314.47	4,804.22	227.15
3	Eliette Sanchez	3,172.50	317.25	-	3,489.75	218.11	163.58	3,108.06	290.81	290.81	651.42	81.43	1,314.47	4,804.22	227.15
4	Enoc Ortega	3,172.50	317.25	-	3,489.75	218.11	163.58	3,108.06	290.81	290.81	651.42	81.43	1,314.47	4,804.22	227.15
5	Freddy Vanegas	2,432.25	243.23	-	2,675.48	167.22	125.41	2,382.84	222.96	222.96	499.42	62.43	1,007.76	3,683.24	174.15
6	Sancho Perez	2,432.25	243.23	-	2,675.48	167.22	125.41	2,382.84	222.96	222.96	499.42	62.43	1,007.76	3,683.24	174.15
TOTALES		17,554.50	1,755.45	-	19,309.95	1,206.87	905.15	17,197.92	1,609.16	1,609.16	3,604.52	450.57	7,273.41	12,170.70	575.45
								7,873.75	-	COSTO TOTALES DE LA PLANILLA			26,583.36		
CALCULO SALARIO EXTRA			37.16	445.91	561.85	126.50	581.63	732.85							599.01
No		SALARIO	HORAS TRAB.	TARIFA POR HORA	DOBLE SALARIO	TARIFA X H EXTRA	H EXTRAS	T SALARIO X							
1	Gloria Walkiria	3172.5	160	19.828125	2	39.65625		0	781.32	290.81	290.81		3,489.75		
2	Tatiana Morales	3172.5	160	19.828125	2	39.65625		0	48.47	222.96	222.96	28.32	2,675.48		
3	Eliette Sanchez	3172.5	160	19.828125	2	39.65625		0		222.96	222.96		2,675.48		
4	Enoc Ortega	3172.5	160	19.828125	2	39.65625		0	36.94	736.73	736.73		8,840.70		
5	Freddy Vanegas	2432.25	80	30.403125	2	60.80625		0		1,473.45	69.67				
6	Sancho Perez	2432.25	80	30.403125	2	60.80625		0		1473.45	69.57				

- **Estatutos**

A continuación se muestra el Acta Constitutiva de IUS LEARNING S.A